

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu



EQUIPMENT
**Scegliere
la lavastoviglie**



COFFEE SHOP
Numeri in crescita

Ristorazione 2018
**IL PROGRAMMA
DEL CONVEGNO**

Il Gruppo Elios, un mondo di attenzioni



Dietro ciascuno dei circa 600.000 pasti che offriamo quotidianamente ci sono i professionisti della Ristorazione Collettiva. Squadre di lavoro preparate per servire, con efficienza e puntualità, un grande numero di persone eterogenee. Controlli continui sulla qualità delle materie prime e dei cibi. Iniziative ed eventi per promuovere la cultura del benessere. Rispetto per l'ambiente e valorizzazione delle risorse locali.

Per questo il Gruppo Elios è leader in Italia nella Ristorazione Collettiva.

www.elior.it

elior 

Gemeaz
— elior —

RISTORAZIONE 2018, **ecco il programma**

“

La decima edizione della mostra-convegno di Ristorando si avvicina e mette finalmente in mostra i propri contenuti. Il 4 e 5 ottobre prossimi si svolgeranno ben 15 incontri con il contributo di circa 110 autorevoli relatori davanti a una platea che, presumibilmente, supererà le 1.500 presenze totali. Sarà l'ennesima buona occasione che Ristorando propone ai professionisti della ristorazione moderna per affrontare coralmemente vizi e virtù di tutta la filiera.

Il catering per le collettività avrà a disposizione convegni e tavole rotonde per confrontarsi su scolastica, sanitaria e aziendale. La commerciale potrà esprimersi sul boom del foodservice negli shopping center, ma ci sarà spazio per tanti altri temi di grande attualità. Si parlerà di risparmio energetico nel comparto dell'equipment, di OGM e di qualità e sicurezza degli alimenti, di cosa mangeremo in futuro, di come stanno cambiando le abitudini dei consumatori e molto altro ancora.

La nostra iniziativa, come consuetudine, ha il sostegno delle più importanti associazioni di categoria e di numerosi sponsor che fin da ora ringraziamo.

Qualche pagina più in là troverete il programma completo di Ristorazione 2018 e vi invitiamo fin da ora ad iscriverci agli incontri di vostro interesse utilizzando il form online che trovate sul sito di Ristorando.

”

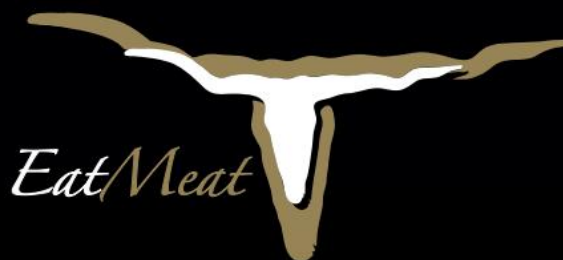


Signori si nasce



Signori si nasce e il Conte Angus ne è la prova. Hamburger di carne bovina fresca irlandese, deve la sua superiorità gustativa alla cura con cui vengono allevati i capi. Dedicato a chi a tavola cerca qualità e freschezza e non si accontenta se non del meglio. Origine garantita, gusto intenso, tenerezza imbattibile. Benvenuto Conte Angus!

100% Irlanda



GIUGNO 2018

01 Editoriale - Ristorazione 2018, ecco il programma

07 News - La notizia è servita

20 Tendenze e mercati - Non saranno tempi tranquilli

22 Coffee shop - Ebollizione continua

Numeri in crescita a livello globale per il mercato del caffè, mentre l'Italia, tra tradizionale frammentazione e alcuni primati, attende l'arrivo di Starbucks

33 Gare e appalti - Molti nodi da sciogliere

La recente normativa in tema di appalti non cambia la sostanza: le scarse risorse inducono gli enti pubblici verso capitolati che puntano al prezzo più basso anche quando la legge non lo consente

39 Ristorando per Rational Italia - Uno per tutti

Cuocere il risotto, rosolare la carne e friggere le patatine con un unico apparecchio: il Rational VarioCookingCenter

41 Parchi a tema - Le fabbriche del divertimento

Distrarsi è l'unica soluzione per resistere a un'epoca di confusione politica e di incertezza economica. Un rimedio che spiega lo sviluppo dei leisure park e della ristorazione ad essi collegata

44 Mercati - Buono (ma non) buonissimo

Cumulabilità, soggetti autorizzati al ritiro, sconti, ritardati rimborsi agli esercenti e mercato digitale: il comparto dei sostituti di mensa ai raggi X

49 Ristorando per Adriatica OLI - Ristorazione Collettiva: il quadro normativo relativo alla produzione dei rifiuti

50 Logistica - La consegna dalla A alla Z

Una supply chain efficiente è un requisito indispensabile per chi fa ristorazione, sia nel mondo della collettiva che della commerciale

54 Equipment - Sempre più performanti

Consumi, efficienza energetica e connettività: ecco le sfide con cui si stanno confrontando i moderni impianti per il lavaggio delle stoviglie

60 Eventi - Foodservice e retail a confronto

Si è appena conclusa con successo la prima edizione del Retail Award Italy organizzata dalla nostra casa editrice e dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali. Ecco i vincitori



Rubriche

- 64** La borsa del biologico
- 69** La borsa delle imprese
- 76** Il mercante in fiera
- 77** Ristorando F&B
- 78** Ristorando club
- 84** Carta stampata

SOTRAL

LOGISTICA DISTRIBUTIVA



I professionisti del trasporto pasti

Corso Francia, 225 - 10139 Torino

Tel. +39 011 728822 - Fax +39 011 729090

commerciale@sotral.it - info@sotral.it

www.sotral.it



Ristorando

Anno 23 - numero 6 - giugno 2018

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone
• Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Stefano Masin • Antonio Montanari
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Progetto grafico: Claudio Rossi Oldrati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti. Ai sensi della legge 196/2003 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi degli artt. 7 e 10 i destinatari hanno facoltà di esercitare il diritto di cancellazione o rettifica dei dati, mediante comunicazione scritta al responsabile del trattamento presso EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano, luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



METRO

Arredo Esterno

Vieni a scoprire
l'assortimento completo

www.metro.it

Da oggi puoi avere
l'Arredo Esterno
nuovo senza comprarlo!

**NOLEGGIO
SENZA
PENSIERI**

+ COSTO DEDUCIBILE AL 100%

È possibile noleggiare un vasto assortimento di attrezzature professionali con un prezzo complessivo d'acquisto di almeno € 500,00. Il noleggio è subordinato all'accettazione della richiesta da parte di GRENKE. L'assicurazione All Risks che copre il prodotto è obbligatoria. Noleggio fornito da GRENKE LOCAZIONE SRL, via Montefeltro 4 - 20156 Milano - Società specializzata nella locazione operativa di beni mobili non iscritti nei pubblici registri. CHIEDI MAGGIORI INFORMAZIONI IN PUNTO VENDITA PER LE TIPOLOGIE DI ATTREZZATURE PROFESSIONALI OGGETTO DEL SERVIZIO.

In collaborazione con

GRENKE®

METRO. Il vostro successo è il nostro impegno

LOTUSBLOCK SHOW COOKING!



L'ARTE DI CUCINARE SI FA UNICA!

Lotus interpreta le esigenze e i desideri dei cuochi per offrire soluzioni che esaltano la potenzialità di ognuno. LotusBlock è il monoblocco che realizza configurazioni uniche, per ogni tipologia di spazio e attrezzatura evoluta. Una macchina da sogno dagli standard qualitativi di assoluto prestigio, come la "Pasta Station" qui presentata, tutta elettrica. **Piano di lavoro in acciaio inox AISI 304 CrNi 18/10 con spessore da 4 mm e tutta la struttura in acciaio inox AISI 304 CrNi 18/10, spessore 2 mm.** Fatti per durare, direte voi, ma fatti soprattutto per esprimere la massima efficienza e creatività in cucina. Un prodotto unico, apprezzato dai clienti in tutto il mondo. Lotus vi assiste con una rete di rivenditori motivati e professionali, per fornirvi sempre le soluzioni più convincenti e appassionanti.

ITALIAN CULINARY ART



L'appalto dei Carabinieri a Fabbro Food & Facility

Affidato al **Gruppo Fabbro Food & Facility** l'importante appalto in 4 lotti che ha per oggetto il catering completo (acquisto derrate, preparazione e somministrazione pasti, riassetto e pulizia dei locali) presso centinaia di stazioni dei Carabinieri in numerose regioni italiane.

Al termine della gara gestita dal **Comando generale dell'Arma** di Roma, la commessa assegnata ha un valore pari a 37.330.249 euro (Iva esclusa) e interessa 297 presidi della Benemerita su tutto il territorio nazionale.

Nel dettaglio, il lotto 1 (che riguarda Piemonte, Valle d'Aosta,

Lombardia, Liguria e Trentino Alto Adige) è stato attribuito a fronte di 7.778.018 euro e prevede 1.463.650 pasti annui presunti (oltre a 86.115 colazioni); il lotto 2 (Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Marche e Toscana) vale invece 9.076.227,85 euro

(1.818.065 tra pranzi e cene più 276.905 colazioni annue); il lotto 3 (Lazio e Sardegna) vale a sua volta 8.483.861 euro (1.706.740 pasti e 255.376 colazioni); infine, al lotto 4 (Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria e Sicilia), assegnato sempre all'azienda milanese attiva non solo nella ristorazione collettiva, ma nei settori delle forniture alimentari, nella gestione bar, nella progettazione e realizzazione grandi cucine, bar e format ristorativi, nella distribuzione automatica e nella torrefazione, è riferibile un ammontare di 9.156.514,64 euro (1.712.945 pranzi e cene; 193.388 colazioni). La commessa ha durata annuale ma sono previste tre eventuali ripetizioni del servizio con procedura negoziata, ai sensi dell'art. 63, comma 5, del D.Lgs. n. 50/2016.



Bilancio record per Milano Ristorazione

Mentre nei refettori sperimenta 25 piatti di altrettanti paesi dell'Europa, **Milano Ristorazione** approva un bilancio record: la controllata del **Comune di Milano**, che dal 2001 produce e distribuisce ogni giorno circa 85.000 pasti per nidi e scuole pubbliche del capoluogo lombardo, ha chiuso il 2017 con un fatturato di 90,3 milioni di euro, contro gli 89,9 del 2016, e un utile netto di 1,1 milioni di euro (+48%). Un risultato che secondo l'azienda fa il paio con il miglioramento complessivo del servizio, anche grazie all'introduzione di innovazioni tecnologiche che hanno facilitato la relazione con gli utenti. Risultato: Milano è l'unica grande città italiana in cui il fenomeno del "panino da casa" è praticamente inesistente. In generale, nonostante la diminuzione dei pasti serviti, i ricavi della società guidata dall'amministratore unico **Fabrizio De Fabritiis** sono leggermente aumentati per effetto dei servizi forniti al Comune e per alcune partite straordinarie. In particolare, sui costi la società è riuscita a realizzare efficienze importanti nelle voci personale, manutenzioni, energie, commissioni rette scolastiche. La situazione patrimoniale, come si legge in una nota diramata al termine dell'assemblea, è caratterizzata da una "notevole disponibilità liquida che consentirà di finanziare i programmi di investimento triennali 2018-2020 che si aggirano sui 9 milioni di euro. Un terzo di questi è rivolto ad applicazioni e infrastrutture informatiche, la restante parte alla ristrutturazione di centri cucina".

I pasti, preparati in 26 centri cottura e 80 cucine di nidi d'infanzia, vengono poi trasferiti a 458 refettori e a 200 nidi, grazie al lavoro di oltre 2.900 lavoratori diretti e indiretti.

I sapori della Focacceria San Francesco al Da Vinci di Roma

Ha aperto presso l'area d'imbarco D dell'aeroporto **Leonardo Da Vinci** di Roma-Fiumicino un nuovo punto vendita **Antica Focacceria San Francesco**, insegna nata a Palermo nel 1834 e oggi gestita da **FC Retail**, la partnership strategica tra **Gruppo Fel-**

trinelli e **CIR food**. Per l'occasione, il punto vendita, completamente rinnovato, stringe una collaborazione in esclusiva con **Giuseppe Biuso**, il più giovane chef stellato d'Europa, che firma tre piatti speciali.

L'opening rientra tra le numerose

iniziative promosse da ADR per elevare la qualità della customer experience in tutti gli ambiti dello scalo romano, a partire dall'offerta enogastronomica. Con questo nuovo locale, il marchio AFSF è presente oggi a Palermo, Roma, Milano e Bergamo.



Mama Burger: con WM Capital lo sviluppo è servito

Wm Capital, società quotata su *Aim Italia* specializzata nel business format franchising, e **Mama Burger**, catena fondata nel 2008 e controllata dalla società **Pisani 14**, hanno stretto una partnership che mira allo sviluppo del marchio fast food.

Archiviato il 2017 con 2,6 milioni di euro di ricavi realizzati nei primi due punti vendita milanesi, grazie alle due nuove aperture programmate quest'anno per l'insegna si prevede un fatturato che dovrebbe attestarsi intorno ai 4,5 milioni di euro.

L'accordo appena sottoscritto ha l'obiettivo di supportare Mama Burger nella realizzazione di un format di ristorazione capace di espandersi anche all'estero, secondo quanto affermato da **Fabio Pa-squali**, presidente e amministratore delegato di Wm Capital. Il brand è entrato nel mondo del franchising per aumentare la propria velocità di sviluppo, come ha sottolineato a sua volta **Stefano Gra-ziani**, cofondatore e general manager di Mama Burger.



Punto Grill porta il Caruggio nello scalo Colombo di Genova

I sapori liguri sbarcano nel nuovo ristorante **Caruggio eat&shop** di **Punto Grill Services** all'interno dell'aeroporto Colombo di Genova. Il locale, collocato al piano partenze, prima dei controlli di sicurezza, offre agli utenti dello scalo uno spazio moderno e accogliente, completamente ristrutturato, come ha spiegato **Enzo**



Rosat, amministratore delegato della società trentina. Il menu, realizzato dallo chef stellato genovese **Ivano Ricchebono**, è frutto dell'accordo con *Genova Liguria Gourmet*, marchio collettivo per la ristorazione genovese nato in collaborazione con *Regione Liguria*.

Il cuore del ristorante è un'isola centrale con cucina a vista. Particolare attenzione è stata data anche alla qualità dell'esperienza dei passeggeri: non più la formula "self service" ma servizio al tavolo. Prosegue così il percorso di riqualificazione e ammodernamento del terminal e dei servizi del *Cristoforo Colombo*, come ha sottolineato **Paolo Odone**, presidente di *Aeroporto di Genova S.p.A.*

Mense: pubblicata la gara europea ad Alessandria

Pubblicato il bando per la gara europea per l'affidamento della gestione del servizio di refezione scolastica nel territorio comunale di **Alessandria**.

L'affidamento, che riguarda le scuole dell'infanzia (statali e comunali), le scuole primarie e secondarie di primo grado e gli asili



nido comunali, è riferita al periodo che va dal 1° settembre di questo anno fino al 31 luglio del 2024: sei anni scolastici (con possibilità di rinnovo di altri tre anni) a fronte di un importo presunto pari a 2,75 milioni di euro all'anno (IVA inclusa), che salgono a 16,5 milioni nel complesso per i primi sei anni e a 24,75 in caso di ulteriore proroga triennale.

In attesa, ovviamente, dello sconto che verrà praticato dalla SRC vincitrice.



LIVE HAPPILLY

PERFEZIONARE CIÒ CHE SIAMO È UNA STORIA SENZA FINE.

Caterina Ceraudo, un'intera vita dedicata a perfezionare la cucina creativa nel rispetto del territorio, per offrire al mondo i suoi migliori piatti. Illy, più di 80 anni dedicati a perfezionare un unico blend di 9 origini di Arabica, per offrire al mondo il suo miglior caffè. Una condivisione di valori volta al continuo miglioramento per offrire ai propri clienti un'esperienza indimenticabile.

Visita il sito illy.com/professional o chiamaci al numero verde 800.821.021



Elettrizzante, ribelle, con grande personalità,
Queste sono le caratteristiche dei nostri panini Rock&Roll and Mini Rock&Roll!



ROCK & ROLL



PREMIUM QUALITY

SULLA PIASTRA:
 È FACILE DA TOSTARE E ACQUISISCE UNA CONSISTENZA CROCCANTE E ARIOSA CHE LO RENDE UNICO. FALLO DORARE PER QUALCHE ISTANTE SU UNA PIASTRA CALDA CON ALCUNE GOCCE DI OLIO O DEL BURRO FINCHÉ NON PRENDA COLORE.

IN FORNO:
 INFORNALO ALCUNI MINUTI PER SCALDARLO LEGGERMENTE E RENDERE L'ESTERNO PIÙ CROCCANTE.

Reinventa il concetto di panino!

EUROPASTRY
 www.europastry.com
 contact@europastry.com
 Tel. +39.392.725.4454

A Messina riparte il servizio di refezione

Cascina Global Service sei è aggiudicata (in via provvisoria) l'appalto per il servizio di ristorazione scolastica nelle scuole di **Messina** per l'ultimo scorcio dell'anno scolastico in corso, per il prossimo e, con tutta probabilità, anche per quello che terminerà nel giugno 2020. Con un ribasso del 29%, la società romana ha sbaragliato la concorrenza degli altri competitor, a fronte di una base d'asta pari a 2,2 milioni di euro per circa 220 giorni di refezione (relativi a questo e al prossimo anno scolastico).

Era da oltre sei anni e mezzo che nella città sullo Stretto non si svolgeva una gara per l'affidamento pluriennale del servizio. Che, fermo da 23 mesi, dovrebbe partirà al termine del controllo esercitato dall'Autorità di Vigilanza.

Tra le novità, alcune progettualità su misura per le scuole del comune siciliano e un servizio online con cui i genitori potranno comporre i menu speciali per i loro figli.

Ai giovani piacciono food e fashion in franchising

Ai giovani italiani piacciono il food e fashion franchising. Secondo i dati dell'ultimo report dell'**Osservatorio Federfranchising Confesercenti**, nel 2017 il sistema ha generato un fatturato complessivo di 24,2 miliardi di euro (+0,9% rispetto al 2016). Risultati ottenuti grazie all'espansione della rete sul territorio italiano:

i franchisor attivi l'anno scorso erano 977 (+2,7%) e i franchisee 51.260 (+1%), per un numero di affiliati pari a circa 51mila punti vendita da nord a sud dello Stivale. I settori commerciali che interessano maggiormente i giovani, sono soprattutto food (31,5%), moda e abbigliamento (30%) e articoli per la persona (12,5%). Circa il 60% degli intervistati nell'ambito dell'indagine ha dichiarato che la fiducia si basa su una formula in grado di ridurre il rischio d'impresa grazie alla presenza di un franchisor che offre, oltre alla forza di un brand, il proprio know-how, l'assistenza, la pubblicità e altri servizi. Sullo sfondo scaldano i motori la 33ª edizione del **Salone Franchising Milano**, che si terrà dal 25 al 27 ottobre 2018 a Fieramilanocity: organizzato da **Rds Expo** e **Campus Fandango Club**, in collaborazione con **Fiera Milano**, sono previsti 200 espositori (le insegne che operano in franchising in Italia sono poco più di 900) e circa 15mila visitatori.



Subway, 5 opening in Toscana



Non si arresta lo sviluppo dell'americana **Subway** in Italia.

Con oltre 44mila punti vendita aperti in 112 paesi, la più grande catena a livello globale di paninoteche in franchising si appresta ad alzare la saracinesca a 5 nuovi ristoranti in Toscana: a Prato, Lucca, Viareggio, Siena e Grosseto.

Non è tutto: la società è alla ricerca di partner per l'apertura di nuove location ubicate nelle vicinanze di stazioni ferroviarie, ospedali nonché distributori di benzina e centri commerciali. Insalate e panini personalizzati preparati con verdure e ingredienti originali sono a base dell'offerta del brand.

California Bakery conquista Bergamo alta

California Bakery farà il suo debutto a Bergamo a ottobre, in uno dei locali storici di città alta, il **Caffè della Funicolare**. I termini del passaggio di consegne sono già stati definiti da Atb, proprietaria dei muri della location, e il brand che, a dispetto del nome, ha passaporto italiano e offre a colazione, brunch, merenda e cena un vasto assortimento di prodotti da forno (e non solo): dal pancake ai dolci americani, dal bagel all'hamburger. Salvaguardati i 12 lavoratori del vecchio pdv, che verranno riassunti dal nuovo gestore.



IL PARTNER LOGISTICO NUMERO UNO NEL MONDO DEL SURGELATO



STOCCAGGIO



DISTRIBUZIONE



SERVIZI CROCIERISTICI
& AEROPORTUALI



TRASPORTI FTL



TRASPORTO CARNI



SOLUZIONI LOGISTICHE

WWW.SVATGROUP.COM



PROSCIUTTO COTTO FERRARINI. IL SUCCESSO NASCE DAI MIGLIORI INGREDIENTI.

Scegli il Prosciutto Cotto Ferrarini e i tuoi clienti apprezzeranno da subito il profumo e il gusto unico delle tue preparazioni.

Dal 1956, Ferrarini è leader nel mercato del Prosciutto Cotto, preparato nel rispetto dell'originale ricetta che lo rende un prodotto così speciale: una salamoia di ben 21 erbe aromatiche ed una lentissima cottura a vapore che arriva fino al cuore del prodotto.

Ferrarini non è solo Prosciutto Cotto ma anche Prosciutto Crudo, Salami, Mortadelle, Parmigiano Reggiano. Scopri tutte le specialità Ferrarini su www.ferrarini.com    

Per maggiori informazioni e per concordare un appuntamento:
Tel. +39 0522 9321, ristorazione@ferrarini.com, ferrarini.com/ristorazione



Il Prosciutto Cotto Ferrarini è:

- senza glutine
- senza proteine del latte e lattosio
- senza polifosfati aggiunti

I salumi Ferrarini sono inseriti nel
Prontuario AIC



C'è più gusto a mangiare sano

Markas inaugura il centro cottura di Trecate (NO)

Taglio del nastro per il centro cottura di Trecate realizzato da **Markas**, l'azienda altoatesina che gestisce la ristorazione scolastica in tre comuni del novarese: oltre a Trecate, Romentino e Sozzago. Grazie a un investimento di 1,5 milioni di euro, ora la struttura è capace di distribuire mille pasti al giorno nelle scuole della cittadina, pre-

parati da oltre trenta collaboratori, tra personale di cucina e addetti mensa. Il centro servirà cinque istituti scolastici: a Trecate le primarie *Don Milani*, *G. Rodari* e la scuola secondaria di primo grado *G. Cassano*. A Romentino e Sozzago rispettivamente le primarie *E. De Amicis* e *F. Rognoni*.

La nuova cucina è dotata anche

di aree dedicate alla preparazione di pasti per diete speciali come quella senza glutine. Il progetto prevede inoltre un programma di giornate alimentari speciali come l'*Earth Day*, dedicato alla sostenibilità ambientale: *Oggi mangio bio*, per far conoscere l'agricoltura biologica e *Solo un pizzico di sale* per la riduzione del cloruro di sodio.



Fico punta sui visitatori cinesi

Fico Eatly World e **Totfree** di *GlobeTech Plus Limited*, piattaforma dei servizi al turismo cinese specializzata sul mercato made in Italy, hanno siglato un accordo per portare i turisti provenienti dall'ex Celeste Impero nell'ultima creatura di **Oscar Farinetti**.

Fino ad oggi concentrata su esperienze e destinazioni legate al mondo fashion e luxury, l'agenzia cinese si apre così anche al food, un universo dall'appeal crescente ai quattro angoli del pianeta.

Già testato su oltre 200 visitatori, il pacchetto pensato per i turisti della Repubblica Popolare prevede di far vivere a 30mila visitatori asiatici alcune esperienze ad hoc nel parco dell'agroalimentare più grande al mondo aperto a Bologna.



Cigierre: a Bergamo e Pesaro due nuovi locali

A Pesaro, in via Sandro Pertini, la friulana **Cigierre**, leader nella ristorazione a tema in Italia, ha aperto un ristorante a insegna **America Graffiti** che dà lavoro a 25 persone. Lo stesso numero di addetti che opera nell'ultimo **Pizzikotto** che ha alzato la saracinesca d'appresso a Bergamo, in via Borgo Palazzo. Si tratta dei due ultimi marchi entrati nel portfolio della Compagnia Generale di Ristorazione, acquisiti rispettivamente nel 2016 e nel 2017. Con **Old Wild West**, **Wiener Haus** e **Shi's** (entrata nel gruppo nel 2015), la società guidata da **Marco Di Giusto** controlla ormai oltre 300 ristoranti in Italia, Francia, Svizzera e Belgio tra conduzione diretta e franchising, per un giro d'affari

che l'anno scorso ha raggiunto e superato la soglia dei 300 milioni di euro, grazie a più di 22 milioni di coperti serviti.



Inalca: in Angola il più grande centro agroalimentare d'Africa

Il **Gruppo Cremonini**, attraverso **Inalca**, creerà il più grande centro agroalimentare del continente africano: realizzato nell'area metropolitana di Luanda, in Angola, darà lavoro a oltre mille persone. Presente nel paese africano dal 1980, la società italiana, leader nel settore della carne bovina e nella distribuzione alimentare in Europa, attiva in oltre 70 Paesi in tutto il mondo, investirà ben 200 milioni di dollari nell'infrastruttura, da installare in un'area di 192 mila metri quadrati. Carne, pesce, cereali, farina, olio, frutta e verdura sono i principali prodotti nazionali che saranno trasformati e processati in questo centro, secondo quanto spiegato dal presidente del Gruppo di Castelvetro, **Luigi Cremonini**. A sua volta il segretario di Stato per l'Agricoltura e la Zootecnia dell'Angola, **Carlos Alberto Jaime Pinto**, ha sottolineato come l'emergere del centro spingerà il governo angolano ad accelerare il processo di produzione interna del settore agro-zootecnico, stimolando il Paese a ridurre significativamente i livelli di importazione di beni alimentari, soprattutto di carne bovina.

A Fiumicino atterra

la nuova Plaza Premium lounge

Inaugurata nell'aeroporto di Fiumicino la nuova *Plaza Premium Lounge*: si tratta di un'area di oltre 1.000 metri quadri, aperta 24 ore su 24, 7 giorni su 7, disponibile al secondo piano dell'area di imbarco E, nella cosiddetta *Italian Food Street*. La struttura ospita 300 sedute, sale riunioni, tavoli di lavoro con oltre 7.000 giornali e riviste nazionali ed internazionali in formato digitale, postazioni business, bagni con doccia, unitamente a un buffet sempre a disposizione dei passeggeri con cucina espressa e servizio bar.

Nata dalla collaborazione di AdR con il gruppo di Hong Kong che dà il nome alla sala, che si è aggiudicato la gara internazionale per il nuovo spazio a servizio dei viaggiatori delle destinazioni



Extra Schengen, la lounge è accessibile al costo di 40 euro (per 2 ore compresa doccia, buffet e wi-fi) ed è la prima di questo tipo aperta, a fronte di una spesa di 3 milioni di euro, in uno scalo europeo dalla multinazionale cinese.

Leader globale nel settore dei servizi di alta gamma negli aeroporti, la società cinese è già presente in 36 aeroporti del mondo con 160 strutture tra lounge, ristoranti e hotel.

Pronto l'appalto unitario

dei comuni di S. Martino e Travacò (Pv)

San Martino e Travacò Siccomario insieme per l'affidamento del servizio di mensa scolastica. I due comuni pavesi si apprestano ad assegnare un mega appalto della durata di 7 anni da 3 milioni e 327mila: sono più di 77mila i pasti da erogare per le scuole (56mila per elementare, materna e nido di San Martino, per un valore a base d'asta di 992mila euro; 27mila per primaria e infanzia di Travacò, per 916mila euro), cui si sommano i 9mila destinati al centro anziani *Novello* di Travacò (419mila euro), dove verranno consegnate anche 4mila colazioni e 8mila merende.

Tra i criteri della gara, che prevede anche una diminuzione del costo del buono mensa a carico delle famiglie (attualmente pari a 5,12 euro), l'impiego di prodotti biologici o tipici, a Km zero ed equo solidali (riso, pasta, pane, cereali, legumi, frutta e verdura), nonché la tracciatura del prodotto.

Nel frattempo, a fronte di un investimento di 400mila euro, stanno per terminare i lavori del nuovo centro cottura, che verrà



gestito dall'azienda che si aggiudicherà la commessa: con una capacità di 600 pasti al giorno (350 per scuole e centro diurno), la struttura servirà tutto il Siccomario. Sarà pronto invece per settembre il refettorio per la primaria di San Martino.

Ladisa entra in Elite



Ladisa S.p.A. entra a far parte di *ELITE*, il progetto di *Borsa Italiana* riservato alle imprese con potenzialità di crescita che puntano all'internazionalizzazione.

Assistita dall'advisor Unicredit, l'azienda pugliese raggiunge così altre 350 realtà imprenditoriali che rappresentano un volume d'affari di 30 miliardi di euro e 120mila dipendenti.

Ladisa arriva a questo appuntamento con le carte in regola: forte orientamento alla crescita, un risultato operativo in percentuale sul fatturato maggiore del 5%, l'ultimo bilancio depositato in utile e un fatturato minimo di 10 milioni di euro.

Una società certificata ELITE è una società più attraente per i potenziali investitori e può cogliere esclusive opportunità di business e networking con private equity e investitori istituzionali, il sistema bancario, imprenditori e management di gruppi quotati e la rete di professionisti di Borsa Italiana al servizio delle imprese selezionate. In particolare, tra le ultime strategie aziendali di Ladisa che mirano al processo di internazionalizzazione, lo sviluppo della linea piatti pronti con il marchio *Che Bontà*.

Freebeverage®
LIBERI DI BERE

scegli il benessere e aiuta l'ambiente!

PLANT WATER **NEW!**

wellness natural drink

VEGAN MIX **NEW!**

a base di infusi di frutta e spezie

SALUTÈ **NEW!**

a base di tè, fiori, erbe con aloe vera

SLOW BEVERAGE

con ingredienti dalle regioni d'Italia

BEVI SANO

bevande naturali con aloe vera e stevia

BEVI EQUO

con ingredienti equosolidali Fairtrade®

BEVI LIGHT

a basso contenuto calorico senza aspartame

TUTTOFRUTTA

solo a base di frutta

MENO RIFIUTI
PIÙ VARIETÀ
PIÙ QUALITÀ



Camst: investimenti, pasti e ristoranti a Parma e provincia



ANTONIO GIOVANETTI,
direttore generale

Dieci milioni di investimenti e 100 posti di lavoro a Parma: nel 2018 **Camst** realizzerà nella città ducale una nuova cucina centralizzata dotata di attrezzature tecnologiche innovative e sostenibili, in grado di produrre migliaia di pasti al giorno.

Si tratta di un investimento che rafforza la presenza sul territorio dell'azienda guidata da Dg **Antonio Giovanetti**,

che nel 2016 aveva portato a termine

la fusione con **Gesin**, cooperativa parmense attiva nel facility, ampliando così le proprie attività ai servizi di pulizia e di manutenzione.

Nel campo della ristorazione, invece, nella provincia del capoluogo emiliano dove si è chiusa da poco l'ultima edizione del **Cibus** che ha stabilito nuovi record (3.100 espositori, 1.300 prodotti, circa 82 mila visitatori), la cooperativa ha servito 8 milioni i pasti l'anno scorso nella ristorazione collettiva, mentre gestisce una quindicina di bar e ristoranti nella commerciale, dislocati in centri urbani e mall, con le insegne **Magnosfera**, **Tavolamica** e **Dal 1945 Gustavo Italiano**.

Eataly: crescono negozi, ricavi e risultati

Sei nuovi store aperti (a Boston nel novembre 2016; a Trieste, Mosca, Tokyo, Los Angeles nel 2017, e a Stoccolma nel febbraio 2018); ricavi consolidati a 465 milioni di euro, in crescita del 20% a cambi correnti sul 2016, e margine operativo lordo a 25 milioni: sono questi i numeri salienti nel 2017 di **Eataly** approvati nei giorni scorsi. Alle opening internazionali ha fatto da contraltare in Italia la nascita di **Fico** a Bologna, che ha già raggiunto un milione di visitatori nei primi mesi di vita.

Come ha sottolineato **Andrea Guerra**, presidente esecutivo della società piemontese, è la buona generazione di cassa che ha permesso di sostenere gli importanti investimenti necessari all'apertura di nuovi negozi, contestualmente alla riduzione dell'indebitamento netto, che si attesta su 51 milioni di euro.

Nel corso del 2017 - che ha visto 8.600 collaboratori servire oltre 30mila pasti al giorno in tutti gli store della creatura di **Oscar Farinetti** nei quali sono affluiti 33 milioni di clienti - è stato inoltre interamente sottoscritto un aumento di capitale di 20 milioni di euro. I primi 3 mesi del 2018 confermano i risultati positivi dell'anno scorso, con una ulteriore crescita del fatturato del 19,6% a cambi correnti, ancora particolarmente penalizzanti, pari al 24,7% a cambi costanti. Dopo la Svezia, la prossima tappa dello sviluppo del format sarà Las Vegas.

La bottega del Caffè debutta a Cannes

Debutto sulla Croisette per **Cibiamo-group** che a Cannes, la città francese famosa per il festival del cinema, ha aperto il suo primo locale transalpino. Collocato a pochi passi dal Palazzo del Festival, il nuovo punto vendita a inse-

gna **La bottega del Caffè** (70 mq con dehors esterno, 30 sedute, 6 addetti) si aggiunge agli oltre 100 locali su tutto il territorio italiano aperti dal gruppo li-

gure, e si presenta con un'offerta calibrata per il mercato francese: accanto alle miscele di caffè proposte in tutte le possibili varianti, al numero 71 di Rue Félix Faure si possono gustare anche pizze e focacce realizzate con impasti a lenta lievitazione e farciture gourmet, vegane e vegetariane.



Segafredo Zanetti

aprirà 80 Cafè in Indonesia



Segafredo Zanetti Espresso, consociata di **Massimo Zanetti Beverage Group**, ha siglato un accordo che porterà ad un importante contratto di master franchise in Indonesia. Grazie alla partnership con **PT Deli Boga Rasa**, infatti, il gruppo italiano aprirà oltre 80 **Segafredo Zanetti Cafè** in tutto il Paese dell'Estremo Oriente nel corso dei prossimi anni.

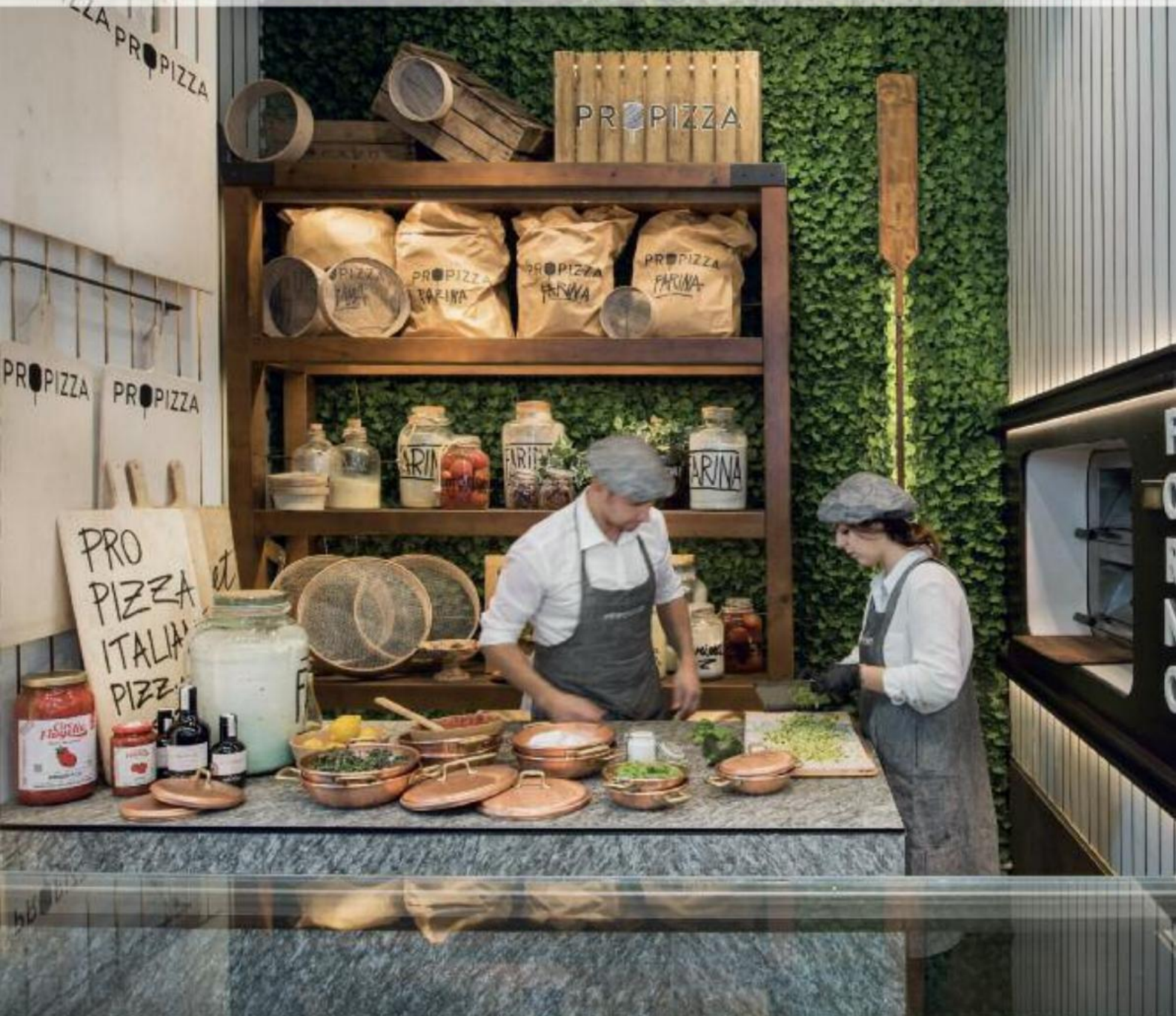


SHOPFITTING

COSTAGROUP.NET

COSTAGROUP SR - VIA VALGRAVETTA 2A - 19020 PICCO DEL COLOPO (SP) ITALY - T. +39 0107 769300/0111 - F. +39 0107 769300/0111 - E. info@costagroup.net

FOLLOW US



Media partners:



in collaborazione con:



RISTORAZIONE 2018

**10° EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO
4-5 OTTOBRE 2018**

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

L'APPUNTAMENTO BIENNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

PLATINUM SPONSOR:



GOLD SPONSOR:



SILVER SPONSOR:



ASSOCIAZIONI PARTNER



programma

GIOVEDÌ 4 OTTOBRE

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 9,00/9,30 - Registrazione partecipanti
ore 11,00 - coffee break a cura di Cupiello Fresystem

CONVEGNO APERTURA

Sala Leonardo

Presentazione convegno:

Antonio Savoia - Presidente Edifis - Direttore di Ristorando

Saluto:

Attilio Fontana - Presidente Regione Lombardia

Interventi:

Lino Stoppani - Presidente Fipe

Carlo Scarsciotti - Presidente Angem - Portavoce Oricon

Enzo Andreis - Presidente Aigrim

Relazione:

"Il mercato della ristorazione e i suoi scenari evolutivi"

Luciano Sbraga - Direttore Ufficio Studi FIPE

POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

ore 16,00 coffee break a cura di Délifrance

**COME PRODURREMO E COSA MANGEREMO
NEL PROSSIMO FUTURO**

In collaborazione con il Cons. Naz. Ordine dei Tecnologi Alimentari

Sala Leonardo

Chairman:

Riccardo Quintili - Direttore della rivista *Il Salvagente*

Saluto di **Serena Pironi** Segr. Naz. Ordine dei Tecnologi Alimentari

Relazioni:

"L'agricoltura di precisione e l'impatto sulla riduzione dei mezzi di produzione"

Dario Sacco - docente di Agricoltura di precisione **Università degli Studi Torino**

"L'aeroponica nella produzione di ortaggi"

Antonio Ferrante - docente di Sistemi Culturali Ortofrutticoli **Università degli Studi di Milano**

"Tecnologie per il mantenimento della qualità dei prodotti di origine vegetale"

Pietro Tonutti - docente **Scuola Universitaria Superiore S. Anna - Pisa**

"Innovazione: uno sguardo in Europa"

Dirigente **Sodexo Italia**

"L'impiego delle nano tecnologie nel campo agroalimentare"

Matteo Scampicchio - docente di Tecnologie Alimentari - **Libera Università di Bolzano**

"I novel food"

Carlo Massimo Pozzi - docente di Ingegneria Cellulare e Genomica - **Università degli Studi di Milano**

"Innovazione e internazionalizzazione: best practice sharing"

Roberto Limentani - CEO Camst International

**RISTORAZIONE SOCIO SANITARIA:
LE DISUGUAGLIANZE NEL PIATTO**

Sala Bramante

Chairman:

Antonio Caretto - Presidente ADI - Ass. Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica

Relazioni:

"Processi di aggregazione della domanda nel servizio di ristorazione degenti"

Niccolò Cusumano - PhD, Government Health and Not For Profit Knowledge Group - **SDA Bocconi School of Management**

"Presentazione delle nuove linee guida della ristorazione ospedaliera"

Giuseppe Plutino - Direzione Generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione - **Ministero della Salute**

"Criteri a confronto nei bandi di gara in sanità"

Corrado Giannone - Collaboratore di Ristorando

"Le performance ambientali del menù ospedaliero: il Caso Studio di Serenissima Ristorazione"

Lucia Cammisà - Responsabile Ufficio Qualità - **Serenissima Ristorazione**

"Le modalità di gestione dei servizi di ristorazione delle aziende sanitarie"

Francesco Magni - Direttore Generale **ASL Cuneo**

"Umanizzazione e ristorazione in RSA"

Carlo Pedrolli - Resp. UOS Dietetica e Nutrizione Clinica **Ospedale S. Chiara di Trento**

"Titolo da definire"

Dirigente **Elior Ristorazione**

LA SICUREZZA MECCANICA

DEGLI ALIMENTI -

PREVENZIONE DA SOFFOCAMENTO

Sala Solari

Chairman:

Denise Giacomini - Direz. Gen. per l'Igiene e la Sicurezza degli alimenti e la Nutrizione - **Ministero della Salute**

Relazioni:

"Soffocamento da alimenti nei bambini tra epidemiologia e prevenzione"

Dario Gregori - Responsabile Unità di biostatistica, epidemiologia e sanità pubblica **Cattedra di Biostatistica - Università di Padova**

"Standard per la sicurezza meccanica degli alimenti"

Davide Cassi - direttore del laboratorio di fisica gastronomica - **Università di Parma**

"Titolo da definire"

Dirigente **Azienda di Ristorazione**

"Organizzazione di un servizio ospedaliero per la rimozione del corpo estraneo"

Edoardo Calderini - Direttore UOC di Anestesia e Rianimazione **Fondazione IRCCS Cà Granda - Ospedale Maggiore Policlinico**

"Nutrire il paziente disfagico"

Samir Sukkar - Primario di Nutrizione clinica **Ospedale San Martino Genova**

"Esperienze nella produzione di cibi per disfagici"

Giovanni Varoli - Presidente **General Beverage**

"Titolo da definire"

Dirigente **Elior Ristorazione**

"Il percorso di adattamento dell'utente disfagico nell'Ospedale di Piacenza"

Michela Benvenuti - Logopedista **Ospedale Guglielmo da Saliceto Az. USL Piacenza**

**RISTORAZIONE COLLETTIVA E INFORMAZIONE
SUGLI ALIMENTI: QUALI SCENARI ALLA LUCE
DELLA NUOVA DISCIPLINA NAZIONALE ED EUROPEA**

Sala Chagall

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Claudia Balzaretto** - Ricercatrice Dipart. VESPA Università Studi di Milano

Intervengono:

Daniele Pisanello - Avvocato specialista in Diritto Alimentare

Emilia Guberti - Dir. Medico di Igiene Alimenti e Az. USL Bologna

Dirigente Azienda Ristorazione Collettiva

Salvatore Velotto - Pres. Tecnologi Alimentari Lazio e Campania

Luigi Bonizzi - Docente Dip. Medicina Veterinaria Università Studi Milano

Roberto Copparoni - Direz. Gen. per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione Ministero della Salute

Alessio Carparelli - Comandante Gruppo carabinieri per la salute NAS Milano

IL PUNTO SUL CODICE APPALTI

Sala S. Carlo

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Roberto Giannone** - Responsabile Progetti Speciali UL-CONAL

Intervengono:

Riccardo Rifici - Direz. Generale Clima e Energia Ministero dell'Ambiente

Mario Romano - Resp. Appalti ristorazione Consip S.p.A.

Davide Moscuza - Avvocato Studio Martinez & Partners

Alberto Cucchiarelli - Dirigente ANAC

Carlo Scarsciotti - Vice Pres. Foodservice Europe

Dirigente Azienda Ristorazione

***Gala Dinner**
Hotel Four Seasons - 4 ottobre
Serata a inviti*

VENERDÌ 5 OTTOBRE

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 11,00 - coffee break a cura di Cupiello Fresystem

OGM: PROSPETTIVA ALIMENTARE DEL FUTURO?

Sala Solari

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Andrea Di Stefano** - Direttore della rivista Valori

Intervengono:

Carla Brienza - Presidente Ord. Naz. Tecnologi Alimentari

Salvatore Ciappellano - Docente Alimentazione e Nutrizione umana Università degli Studi di Milano

Dirigente Azienda Ristorazione collettiva

Pino Cornacchia - Resp. Territorio Ambiente Confederazione Italiana Agricoltori

Dario Dongo - Avvocato - GIFT (greatitalianfoodtrade.it) e FARE (foodagriculturerequirements.com)

Piero Morandini - Ricercatore Università degli Studi di Milano

**CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM
DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE**

In collaborazione con CNCC - Consiglio Nazionale Centri Commerciali

Sessione mattutina

Sala Leonardo

Chairman: **Roberto Bramati** - Presidente Spazio Futuro - Pres. Comm. Food e Food Court CNCC

Saluto di **Massimo Moretti** Presidente CNCC

Ne discutono:

"La metamorfosi dei Centri Commerciali in Italia e all'estero"

Davide Padoa - Ceo Design International

Gianfranco Lizzul - A.D. Chapman Taylor

Paolo Matteuzzi - Senior Associate Zaha Hadid

"Le nuove Food Court: la formula vincente del progetto architettonico unito a marketing e comunicazione"

Ne discutono:

Franco Costa - Presidente Costa Group

Davide Arduini - Presidente Acqua Group

"I centri top tengono e crescono, ma arrivano i nuovi..."

Ne discutono:

Jose Maria Rubio Robles - General Manager Sierra Italy

Giuseppe Roveda - Ceo Aedes Siiq

Francesco Ioppi - Direttore immobiliare Gruppo Finiper - C.C. Il Centro Arese

**RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE
E SCENARI FUTURI**

Sessione mattutina

Sala Bramante

Chairman: **Saverio Paffumi** - Giornalista - Direttore Editoriale Freemedia - SC Relazioni:

"I dati della ricerca Oricon sulla ristorazione scolastica"

Carlo Scarsciotti - Portavoce Oricon

"(Non) tutti a mensa - Presentazione del rapporto di Save The Children"

Silvia Taviani - Policy Officer Save the Children Italia

"Tema da definire"

Dirigente CIR food

"Gusto e disgusto"

Martino Ragusa - Medico psichiatra e gastronomo

"Menu di prevenzione ed educazione alimentare"

Cristina Giachi - Vice Sindaco di Firenze

Presid. Comm. Istruzione, politiche educative e educazione scolastica ANCI

"Titolo e relatore da definire"

Dirigente Gruppo Pellegrini

"La ristorazione scolastica tra eccellenze e criticità: il ruolo dei cittadini"

Adriana Bizzarri - Responsabile settore scuola Cittadinanzattiva

CONSUMI E NUOVE TENDENZE

Sala S. Carlo

Chairman: **Andrea Aiello** - A.D. Edifis - Direttore retail&food

Relazioni:

"Ristorazione commerciale: i driver di innovazione dei format"

Bruna Boroni - Consulente Senior **Tradelab**

"Destinazione Fuoricasa: tendenze, sfide e opportunità"

Matteo Figura - Foodservice Italy Director **NPD Group**

"Ristorazione commerciale: nuove sfide e strategie di diversificazione"

Mario Resca - Presidente **Confindustria**

"I macro trend nazionali ed internazionali tra tenants e landlords"

Marco Beretta - Marketing & Purchasing Director **Areas**

"Tema da definire"

Dirigente **CIR food**

L'APPROCCIO FOOD DEFENSE NELLA FILIERA DELLA RISTORAZIONE PUBBLICA: OLTRE LA SICUREZZA VERSO L'IMPEGNO CONDIVISO

In collaborazione con **FCSI** - Foodservice Consultants Society International

Sala Chagall

PROGRAMMA IN DEFINIZIONE

POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

Sessione pomeridiana

Sala Bramante

Chairman: **Saverio Paffumi** - Giornalista - Direttore Editoriale **Freemedia** - SC

Relazioni:

"Il neuromarketing e le scelte dei bambini - Presentazione dell'indagine di Milano"

Ristorazione in collaborazione con l'Università IULM

Fabrizio De Fabritiis - Amministratore Unico **Milano Ristorazione**

Vincenzo Russo - Docente di psicologia e consumi **Università IULM**

"L'importanza dell'educazione alimentare"

Dirigente **Sodexo Italia**

"La gestione delle diete"

Monica Maj - Nutrizionista **UL Italia**

"Tema da definire"

Dirigente **Dussmann Service**

"La povertà alimentare - Ricerca effettuata dalla Fondazione Cariplo"

Monica Villa - Vice Direttore Area Servizi alla Persona - **Fondazione Cariplo**

"Mangiare e nutrirsi, stomaco e cervello, società e aggregazione"

Maddalena Ferraioli - Insegnante **Comune di Corsico**

CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

Sessione pomeridiana

Sala Leonardo

Chairman: **Roberto Bramati** - Presidente **Spazio Futuro** - Pres. Comm. Food e Food Court **CNCC**

"Le catene storiche si rinnovano, ma...arrivano le nuove"

Ne discutono:

Gabriele Morisi - Head of Business Development **Chef Express**

Alfonso Iannotta - Direttore Marketing **Roadhouse Grill**

Alessandro Ravecca - Pres. **Cibiamogroup** - Pres. **Federfranchising**

Vincenzo Ferrieri - Ceo **Gesa S.r.l.** - **Cioccolatitaliani**

Roberto Masi - Managing Director **Starbucks Italia**

Elena Bacchini - Dir. Marketing **Surgital**

Mirko Ricchi - A.D. **Pollo&Friends**

Massimo Barbieri - Franchising Manager **Lowengrube**

Alfredo Fabbri - Direttore Generale **Gamba Bruno**

Saluto di **Andrea Aiello** - A.D. **Edifis**

INNOVAZIONE, SICUREZZA ED ENERGIA: LE ATTREZZATURE DELLA CUCINA PROFESSIONALE TRA PRESENTE E FUTURO

In collaborazione con **Efcem Italia** - European Federation of Catering Equipment

Sala Solari

"Valutazioni e attese per gli utilizzatori delle cucine professionali"

Relatori:

Fabio Acampora - Vicepresidente **EPAM**

Sonia Re - Direttore Generale **APCI**

TAVOLA ROTONDA

"Le risposte dell'Industria e spunti di riflessione"

Chairman: **Cesare Lovisatti** - Senior Consultant **Ceced Italia**

Intervengono:

Evaldo Porro - Presidente **EFCEM ITALIA**

Antonio Montanari - Docente a contratto **Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo** - Progettista e Consulente **FCSI**

Marco Masini - Chief Operating Officer **ASSOFRIGORISTI**

Maria Giulia Di Noia - Resp. U.O. Accertamenti a Tutela della Fede pubblica, Area Tutela del Mercato e Ambiente **Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi**

COMUNICARE LA QUALITÀ DEI PRODOTTI DI QUALITÀ

Sala S. Carlo

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Alberto Schieppati** - Direttore della rivista **Artù**

Intervengono:

Silvio Barbero - Vicepresidente **Univ. di Scienze Gastronomiche Pollenzo**

Mauro Rosati - Direttore Generale **Qualivita**

Franco Manna - A.D. **Sebeto**

Alfio Schiatti - Direttore **MKT Cupiello Fresystem**

Alessandro Fadda - Coordinatore Corso Manager della Ristorazione **ALMA**

Francesco Giardina - Mipaaf **Ministero Politiche Agricole e Forestali**

***Prenota
il tuo posto in platea!
Iscriviti subito
agli eventi che ti interessano***

***Per info:
www.ristorando.eu***



IDEAZIONE

PROGETTAZIONE

INSTALLAZIONE

MANUTENZIONE




FiveServices



SERVIZI SU MISURA PER LA RISTORAZIONE

Ci occupiamo della commercializzazione, installazione e manutenzione delle attrezzature per la ristorazione collettiva e commerciale. Grazie ad una solida struttura di **Information Technology** siamo in grado di fornire, tramite la nostra **App Five**, un processo 2.0 per la gestione delle richieste d'intervento con il risultato di ridurre sensibilmente le tempistiche di gestione delle problematiche. Dedichiamo inoltre ai nostri Clienti apposite pagine Web per gestire in tempo reale le proprie richieste ed esigenze.

PROGETTAZIONE • VENDITA • INSTALLAZIONE • MANUTENZIONE • INFORMATION TECHNOLOGY



Via Giovanni Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
(+39) 02 9147.6767

www.fiveservices.com
info@fiveservices.com


FiveServices

A Piacenza la prima certificazione Aili per piatti senza lattosio

Si è svolto nei giorni scorsi a **Piacenza** il primo corso di **AILI** (Associazione Italiana Lattosio Intolleranti) rivolto al personale delle mense scolastiche: il Comune emiliano risulta il primo ad aver preso la certificazione di tale ente per la preparazione di piatti privi di lattosio. In Italia si ritiene che circa il 50% della popolazione sia af-

fetto da tale disturbo, ma solo 1 su 4 sa realmente di esserlo. Dato che lascia perplessi, soprattutto se si pensa a una condizione così diffusa anche a livello mondiale: in Cina, Giappone e Sud Africa l'intolleranza interessa tra l'80 e il 100% della popolazione. Variegata la situazione nel Vecchio Continente: si passa dal

70% dell'Europa meridionale al 30% di quella centrale, per calare al 5% nei paesi del Nord. AILI è una onlus formata da un gruppo di giovani che mira ad essere punto di riferimento per tutte le persone intolleranti allo zucchero del latte, che devono poter vivere la vita in modo sereno e consapevole.



Avellino: l'appalto per le scuole vale 2 milioni

In scadenza a luglio di quest'anno, è stato pubblicato il bando per aggiudicare nel prossimo triennio il servizio di refezione scolastica nelle scuole di **Avellino**.

L'importo previsto a base d'asta è di 1.912.704,52 euro più Iva. Negli anni scolastici 2018-19, 2019-20 e 2020-21 prevede 565mila pasti da distribuire nelle scuole elementari, materne e medie del comune, cui si sommano i 19.425 previsti per l'asilo nido. È dunque pari a 3,27 euro più Iva a pasto la base d'asta proposta dall'amministrazione comunale irpina, che procederà all'assegnazione in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, attribuendo un massimo di 70 punti alla valutazione qualitativa e al più 30 a quella quantitativa.



Ristoranti e alberghi guidano la crescita delle SRL italiane

Il segmento "Ristoranti e alberghi" guida la crescita delle SRL italiane. Il dato emerge nell'ambito di uno studio della *Fondazione Nazionale dei Commercialisti* sulle società a responsabilità limitata attive in Italia, che evidenzia un trend positivo sul fronte degli addetti (+3,5%), del fatturato (+2,7%) e del valore aggiunto (+5,7%). Se il comparto più numeroso è rappresentato da servizi professionali, finanziari e assicurativi, pari al 31% delle SRL, in termini di valore aggiunto a emergere è appunto il segmento dei ristoranti e degli alberghi, in crescita del 7,7%, che vede aumentare anche gli addetti (+8,4%) e il fatturato (+5,1%), e precede commercio e trasporti (+7,3%), e servizi (+6%).

L'analisi, sulla base dei dati estratti dalla banca dati *Aida* ad aprile 2018, riguarda quasi 581mila società per le quali sono disponibili i bilanci degli ultimi tre anni (su un totale nazionale di circa 835mila SRL). Si tratta di un esercito di attività che nel complesso occupano oltre 5 milioni di addetti con ricavi per 1.093 miliardi di euro, un valore della produzione totale di 1.140 miliardi e un valore aggiunto di 258 miliardi di euro, con una media di 6 addetti per ciascuna società.



Civitavecchia pubblica il bando per le mense

Pubblicato sul sito del comune di Roma e riferito ad asili nido, scuole materne, primarie e secondarie di primo grado, il bando per l'affidamento del servizio di ristorazione nel **Comune di Civitavecchia**, per un valore complessivo stimato pari a 5.252.500 euro più Iva. Il nuovo appalto, che decorrerà dal 1° settembre 2018 e si concluderà il 30 giugno 2023, punta su Km zero e bio, per favorire l'indotto economico del comprensorio e valorizzare i prodotti locali.

Non saranno tempi tranquilli

Bisognerà farsene una ragione: la prossima sarà una estate calda e turbolenta. Non si tratta, è bene chiarirlo subito, di una previsione meteo, ma riguarda il clima politico-sociale del Paese.

Ci sono poche speranze, infatti, che, con l'arrivo del solleone, si entri in quella fase abbastanza pigra e distratta ma, in fondo, anche riposante, che ha caratterizzato tante stagioni del passato. Il gusto per il pettegolezzo e per le discussioni un po' inutili condotte a bordo piscina o in qualche chalet di montagna magari non scomparirà del tutto, ma si intreccerà con riflessioni molto meno leggere e alquanto più preoccupate.

Il dopo-elezioni italiano si sta infatti rivelando, assai complicato e il definire nuovi assetti in Parlamento un'impresa davvero ardua.

Dare vita a un nuovo Esecutivo, operazione che appartiene alla fisiologia costituzionale dopo il rinnovo delle Camere, questa volta ha preso le sembianze di una poco avvincente, almeno per i cittadini, gara di slalom gigante: un percorso scomodo e tortuoso, con molte false partenze e dove per i concorrenti c'è il rischio elevato di finire fuori pista senza escludere ruzzoloni o fratture.

Il sistema istituzionale – a dispetto dei suoi tanti, superficiali detrattori – ha mostrato capacità molto notevoli di tenuta e ha saputo far fronte a situazioni per molti versi inedite ma è stato sottoposto a uno stress senza dubbio logorante: con quali conseguenze?

Una risposta attendibile a questo interrogativo emergerà solo fra qualche tempo. Intanto si deve rilevare che il fattore dell'incertezza – causa di ritardi nell'assunzione di decisioni efficaci da parte del sistema politico – può dimostrarsi portatore di guasti ancor più rilevanti se si radica nel sistema finanziario.

Donato Masciandaro, il direttore del Dipartimento di Economia dell'università Bocconi di Milano, ha usato (*Il Sole 24 Ore*, 12 maggio) una immagine efficace per descrivere il fenomeno: "In una fase di ripresa economica, l'instabilità finanziaria è come una brace sotto la cenere; la sua reale pericolosità può essere molto maggiore di quella percepita. Per cui qualunque shock di incertezza – come può essere la situazione politica dell'Italia, con il suo debito – diventa un pericoloso fiammifero".

C'è – rispetto a questo scenario – una responsabilità dell'Europa (che, continua Masciandaro, può avere il benefico ruolo della sabbia se fa scelte che favoriscono la distribuzione dei rischi fra gli Stati membri, a cominciare dal completamento dell'Unione bancaria, oppure quello devastante della benzina, se resta inerte) ma c'è, ben precisa, anche una responsabilità del nostro Paese. Noi non possiamo, infatti, continuare ad alimentare – come scrive un altro autorevole economista bocconiano, Guido Tabellini (*Il Foglio*, 8 maggio) – "la pericolosa illusione, che i nostri conti pubblici siano a posto".

Questa, osserva Tabellini, è stata una convinzione che ha condizionato la recente campagna elettorale ed ora il compito più importante del nuovo Governo, al di là della sua composizione e del suo orientamento programmatico, è di essere sincero con i cittadini. L'economista milanese ricorda che dall'epoca del governo Monti in poi sono stati compiuti indubbi progressi. "Non manca molto", afferma. "Ma non siamo ancora in zona di sicurezza". Questo comporta – che piaccia o meno –

l'esigenza di compiere un ulteriore sforzo di riequilibrio, che lo studioso stima in almeno due punti di reddito nazionale. In materia Tabellini coglie però una contraddizione da tempo ricorrente, che porta ad esiti paradossali. Da un lato infatti "si proietta un bilancio tendenziale che, grazie alle clausole di salvaguardia consenta di raggiungere gli obiettivi di rientro dal debito senza nuovi aggiustamenti fiscali" (orientamento che è parso riscuotere consenso anche fra le forze politiche impegnate nella recente, laboriosa trattativa di governo); dall'altro lato, invece, tutti vorrebbero evitare la conseguenza prevista proprio dalle clausole di salvaguardia (cioè l'aumento dell'Iva). Il risultato, conclude l'economista, "è che tutti gli anni, per non compromettere la crescita, le clausole di salvaguardia sono spostate in avanti, l'avanzo primario è più basso del tendenziale e l'obiettivo sul debito viene mancato". Ma per quanto tempo si potrà andare avanti ancora così? E, soprattutto, è possibile seguire una simile impostazione mentre contemporaneamente si lascia capire che si ritiene possibile sottrarsi agli impegni a suo tempo concordati con l'Europa? Sinora lo scenario economico non desta, nel suo insieme, eccessive preoccupazioni ma non è neppure del tutto tranquillo. L'ultima nota dell'Istat, che contiene dati aggiornati sino ad aprile, mostra segnali di rallentamento, fortunatamente lievi, per il commercio internazionale e per l'economia dell'area euro. Quanto all'Italia, da gennaio a marzo ha registrato una lieve crescita (+0,3%), in linea con il risultato acquisito nei trimestri precedenti ma sia la produzione manifatturiera sia le esportazioni segnalano una flessione.

Altri dati (quelli relativi all'occupazione che appare in aumento e quelli riguardanti l'inflazione, che resta su valori moderati) si prestano a una lettura abbastanza positiva. Ma non va sottovalutato, al tempo stesso, quanto emerge dall'indicatore anticipatore del ciclo: che, cioè, la fiducia nel futuro di imprese e famiglie è caratterizzata da una generale tendenza al peggioramento. L'indicatore, avverte l'Istat, si mantiene su livelli elevati ma si delinea "uno scenario di minore intensità della crescita". Si tratta di una espressione un po' involuta per avvertirci che i prossimi non saranno tempi tranquilli. Se l'Italia infatti cresce a un ritmo ancora più modesto di quello, già insufficiente, degli ultimi anni scamperà (forse) a una nuova recessione ma perderà altro terreno rispetto ai suoi partner europei.

Aggiungiamo a questo i possibili riflessi delle scelte pro-dazi annunciate dalla presidenza Trump e di quelli conseguenti alle tensioni Usa-Iran e non è difficile immaginare un orizzonte poco incoraggiante per un Paese esportatore qual è l'Italia.

Per la seconda parte dell'anno si deve in conclusione ritenere che l'insieme di tre ingredienti (incertezza della politica, poca crescita, turbolenze internazionali) produrrà una miscela decisamente indigesta.

Non meraviglia perciò che da una recente ricerca Confcommercio-Censis emerga che la maggioranza degli intervistati alla domanda: "Che fareste se le vostre entrate mensili aumentassero?", risponda: "Non cambierei abitudini; il di più lo metterei da parte per fronteggiare eventuali criticità". Posto davanti all'alternativa fra desideri e realtà, il cittadino medio reagisce dunque con prudente saggezza. C'è da augurarsi che allo stesso comportamento si atterrà chi, in questa stagione complicata, eserciterà il difficile compito di guidare il Paese.

Antonio Duva



Ebollizione **continua**

Numeri in crescita a livello globale per il mercato del caffè, dove l'Italia, tra tradizionale frammentazione e alcuni primati, attende l'arrivo di Starbucks

di Massimo L. Andreis

Come il petrolio e l'acciaio: il peso del caffè sul mercato mondiale non è inferiore a quello dell'oro nero e della lega ottenuta combinando ferro e carbonio.

Basti dire che l'economia di molti paesi (tra cui Brasile, Vietnam, Colombia, Indonesia ed Etiopia) si fonda sull'export dell'oro ver-

de. E il comparto macina record su record: l'ultimo report dell'Ico (International coffee organization) stima per il 2017/18 una produzione globale di 159,66 milioni di sacchi di caffè verde, pari a 9,58 milioni di tonnellate: si tratta di una progressione nell'ordine dell'1,2% rispetto al 2016/17. A impennarsi è stata

la Robusta (+12,1%), che rappresenta il 30% della produzione, il cui boom ha contrastato la diminuzione dell'Arabica (-4,6%), che copre il 70%.

Con 5.500 milioni di litri nel 2017, il consumo mondiale di caffè pronto da bere si è impennato del 19% dal 2012, secondo il rapporto condotto da

Zenith Global, società mondiale di studi e consulenza nel settore f&b. Per il futuro il trend è ancora positivo, con vendite previste che dovrebbero superare i 6.600 milioni di litri nel 2022. A loro volta, i consumi mondiali pro-capite superano di poco i 4 kg annui, ma arrivano a 5,20 in alcune aree d'Europa: la Germania



IL CAFFÈ IN PILLOLE

Consumo mondiale caffè pronto da bere: **5.500 milioni litri**
 Produzione globale di caffè: **159,66 milioni sacchi caffè verde**
 Numero caffè di marca in Europa (25 stati): **22.714**
 Adulti italiani che bevono caffè ogni giorno: **97%**
 Numero medio caffè per locale: **175/giorno**
 Tazzine di caffè consumate in un anno in Italia: **6 miliardi**
 Imprese di torrefazione in Italia: **700**
 Fatturato imprese di torrefazione in Italia: **3,5 Mld €**
 Fatturato industrie macchine caffè in Italia: **445 Mln €**
 Vending machine in Italia: **810.000**
 Caffè erogati da vending machine in un anno: **2,7 miliardi**

sfiora gli 8 kg, mentre il Portogallo si ferma a 2,37 kg l'Italia è al 9° posto con 5,6.

Una passione continentale

Il mercato dei coffee shop di marca in 25 paesi del Vecchio Continente è progredito del 6,4% nel 2017, raggiungendo quota 22.714 punti vendita stimati. Secondo il rapporto *Project Café 2018 Europe* di *Allegra World Coffee Portal*, i Paesi dove si è registrata l'espansione maggiore l'anno scorso sono il Regno Unito, la Turchia e la Russia. Ma è tutta l'Europa a mostrare segni di vitalità: in 21 dei 25 stati considerati il comparto delle caffetterie di marca è in fase di sviluppo e in 18 ha conosciuto progressioni superiori al 3%.

Come detto, il mercato di Sua Maestà è quello più vitale in termini di nuove location: nel 2017 hanno alzato la saracinesca 643 coffee shop, portando a 7.421 il numero totale di locali aperti. Qui **Costa Coffee** rimane leader, risultando di rimando anche la catena più estesa d'Europa con 2.755 negozi, di cui 243 aperti nel 2017.



Segue **Starbucks**, che con 251 nuove caffetterie è arrivata a gestirne 2.406 negli stati esaminati, superando **McCafé** quale secondo operatore del continente. Con l'opening del 4° **Reserve Roastery** a livello mondiale, prevista in ottobre a Milano, la Sirena verde sarà la prima catena di caffetterie ad essere presente in tutti e 25 i mercati chiave del Vecchio Mondo, e promette di portare una scossa lungo lo Stivale, dove domina la frammentazione e, come è noto, il patron del colosso di Seattle dei coffee shop, **Howard Schultz**, ha tratto l'idea a base

della sua creatura. La cui posizione di simbolo di azienda globale nel mondo delle caffetterie ha trovato ulteriore linfa dal recente accordo sottoscritto con **Nestlé** che, a fronte di un esborso di 7,15 miliardi di dollari (5,97 miliardi di euro), garantisce alla società svizzera i diritti perpetui di commercializzare i prodotti confezionati Starbucks consumer e foodservice nel mondo, eccezion fatta per quelli preparati e venduti nei pdv della catena stessa. In tal modo il Gruppo elvetico consolida la sua leadership planetaria nel mercato del caffè,



dove attualmente già opera con due marchi iconici: **Nescafé** e **Nespresso**.

In generale, oggi a stimolare la crescita delle catene sono tre ingredienti: nuovi layout e design, caffè di qualità superiore e prodotti alimentari preparati al momento. Interessante notare che, nei paesi dove questi elementi sono più trascurati, l'andamento del mercato è meno positivo se non stagnante.

Al contrario, nei contesti nazionali più avanzati sta emergendo un trend definito la "5 ° Wave, The Business of Coffee". A base di questo fenomeno ci sono catene artigiane di alta qualità che implementano pratiche commerciali e standard di professionalità più elevati, al fine di creare e sviluppare concetti di boutique su larga scala. Per rendere possibile tale dinamica, occorre investire in programmi di sviluppo tecnologico e del personale, mirando all'eccellenza operativa.

Italia a gonfie vele

Arrivando all'Italia del caffè, a testimonianza dello stato di salute del settore basti citare alcuni numeri messi in evidenza da *Competitive Data*, che, relativamente al triennio 2014-2016, ha analizzato i bilanci delle prime 270 società di capitali appartenenti al settore.

Ebbene, i ricavi complessivi registravano un balzo dell'8,9% nel 2016, arrivando a quota 4.666,7 milioni di euro: la crescita più robusta nelle regioni del Nord Ovest (+13,4%), seguite da Sud e Isole (+7,6%), Centro (+5,4%), e Nord Est (+3,1%).

Anche dai numeri di **Fipe** emer-

ge un quadro lusinghiero: il 97% degli italiani adulti consuma caffè tutti i giorni. Molti lo fanno in uno dei 149mila bar aperti da nord a sud dello Stivale, che servono in media 175 tazzine ciascuno quotidianamente, equivalenti al 32,5% del fatturato complessivo di un locale di dimensioni medie. Risultato: sono 6 miliardi le tazzine di caffè servite ogni anno (nel 95,5% dei casi, nel 2017 si trattava di non decaffeinato, percentuale che secondo le stime salirà al 95,8% quest'anno). E ancora: in base

quarto al mondo per export di caffè torrefatto, preceduto solo da Stati Uniti, Germania e Belgio. In cima alla lista dei migliori compratori di caffè italiano troviamo Austria, Spagna e Germania.

Siamo forti anche nella produzione e nella vendita all'estero di macchine per espresso: secondo **Ucimac** anche questo è un mercato in grande espansione, con un giro d'affari di 445 milioni di euro nel 2016, in ascesa del 4,7% rispetto all'anno prima: merito in primis dell'export

in atto nel comparto, che consente alle imprese di presentare nuovi modelli e consolidare le posizioni di primo piano.

Anche nella distribuzione automatica i trend sono ottimi: come attesta **Confida**, l'associazione che raggruppa le imprese del settore, nel 2017 le 810mila vending machine (+0,65% vs 2016) installate in Italia (è il parco più esteso in Europa) hanno erogato 2,7 miliardi di caffè, +0,59% rispetto al 2016. A livello di posizionamento, i distributori sono diffusi nell'industria (35%), in uf-



alle elaborazioni del **Cerved**, nel nostro Paese ci sono 700 imprese che operano nella torrefazione: danno lavoro a 6.300 persone, hanno un fatturato di 3,5 miliardi di euro, un'importazione che copre il 7,8% del mercato interno e un'esportazione pari al 35,1% della produzione. A sua volta, la produzione italiana è cresciuta del 4,6% tra il 2016 e il dato stimato per il 2018: il Belpaese è quindi il

(+3,8%), che secondo le stime è aumentato del 4,5% anche nel 2017 e interessa il 73% della produzione nazionale.

Paesi europei e Stati Uniti sono i principali sbocchi per le nostre esportazioni, ma stanno crescendo anche l'Australia e gli asiatici, a partire da Corea del Sud. Occupazione (+3,6%) e investimenti (+30,3%) hanno registrato un forte exploit nel 2017, sostenendo il processo di innovazione

fici privati (15%), commercio (13%), scuola e università (13%), ospedali (11%), uffici pubblici (6%) e luoghi di transito (4%) e di svago (3%).

Il caffè è quindi sempre più trainante anche nella distribuzione automatica, settore che vale 3,5 miliardi di euro grazie a 11,1 miliardi di consumazioni complessive. Il segmento comprende anche il porzionato, leggi capsule e cialde, che sempre l'anno



info@ifi.it

#ifi1962



ARREDO PER
CONTRACT
E FOOD & BEVERAGE



Coffee shop

scorso ha totalizzato un fatturato pari a 1,7 miliardi di euro, in progressione del 5,1%, frutto di 6,1 miliardi di consumazioni. Nel retail invece il mercato è caratterizzato da una spiccata concentrazione: **Lavazza**, **Nestlé** e **Kimbo** assorbono il 60% del giro d'affari al suo interno, e anche le private label delle catene della Gdo vedono lievitare il proprio peso specifico, che rappresenta ormai l'8,8% circa del totale delle vendite. Più variegati i mercati horeca e vending, dove non c'è un soggetto dominante.

In particolare, nel primo ambito le vendite di caffè torrefatto hanno fatto registrare un balzo a valore dello 0,5%, pari a 848 milioni di euro.

Anche nel porzionato c'è una certa concentrazione in capo alle 5 principali aziende con sistemi proprietari, che tuttavia risulta in calo, passando dal 55,5% del 2015 al 53,7% del 2016, a causa della sempre più agguerrita concorrenza di una miriade di operatori piccoli e medi che ne propongono le capsule compatibili a prezzi competitivi.



In generale, forte è la propensione internazionale dei torrefattori italiani, piccoli medi e grandi. Non è un caso che anche la catena di coffee shop più estesa in Italia, quella a insegna **McCafé**, costituita da 320 corner all'interno dei ristoranti **McDonald's**, serva 31 milioni di caffè all'anno in due miscele pensate ad hoc dal fornitore **Caffè Ottolina**: preparate con macchine *Cimbali* e *Rancilio*, una, mix Arabica (70%) e Robusta (30%), dal gusto più deciso e dalla tosta-

tura più intensa, è pensata per i consumatori delle regioni del Sud Italia; l'altra, 100% Arabica, meno tostata e dal gusto più morbido, è in linea con le preferenze di quelli del Nord.

Sono invece 17 milioni le brioches e 4 milioni i muffin consumati in 12 mesi da un milione di clienti che ogni giorno vengono serviti nei coffee shop dell'insegna Usa, che ha aperto il primo corner a Milano nel 2005.

In linea con la premiumizzazione e l'italianità dell'offerta, nei locali McCafé le torte sono fornite da *Bindi*, i prodotti da forno da *Cupiello*, le arance e le spremute da *Oranfrizer*, il latte dalla *Centrale del Latte di Brescia*. Tra i principali torrefattori mondiali troviamo invece *Lavazza*, che, con una quota del 40% nel retail, è leader in Italia ed è presente in oltre

90 Paesi attraverso consociate e distributori. La vocazione internazionale del gruppo torinese è manifestata dal 60% del fatturato realizzato all'estero, su un totale di 1,9 miliardi, dopo l'acquisizione nel 2016 della francese **Carte Noir**.

Lavazza è presente in tutti i business: nel campo delle caffetterie gestisce le insegne **Caffè di Roma** e **Lavazza Espresso** con decine di location in Italia e in numerosi stati. Recente l'opening del primo flagship store a Milano.

A tutto campo

Tra i big del mercato troviamo anche **Massimo Zanetti Beverage Group** (MZBG), una holding fondata da **Massimo Zanetti** e costituita da un articolato insieme di società in vari Paesi che vanno a presidiare tutti i nodi cruciali della filiera del caffè. Le caffetterie rappresentano l'1,2% del fatturato del Gruppo: attualmente sono attive 364 location in 51 paesi del mondo. Più in dettaglio, il gruppo italiano ha in portfolio quattro concept sviluppati in franchising: **Segafredo Zanetti Espresso**, la cui mission è portare l'Italian lifestyle e la cultura del vero espresso italiano nel mondo, garantendo un livello di servizio eccellente; **Chock full o' Nuts**, concept a stelle e strisce (nato nel 1926 come catena newyorkese di negozi di noci sgusciate, con la Grande Depressione degli anni '30 i locali si trasformano in tipici lunch counter, dove consumare un sandwich ed una tazza di caffè per solo un nickel) acquisito nel 2006, con cui MZBG porta la cultura del coffee



Comenda 4.0

Premiati con l'innovazione!



Solo 33 litri per il risciacquo di 1000 piatti!

Le lavastoviglie a nastro NE3 di Comenda ti garantiscono elevata produttività e consumi ridotti.

Inoltre sono predisposte per **Industry 4.0** e ti permettono di accedere all'**iper ammortamento del 250%** per l'acquisto di beni strumentali. Grazie all'innovativa tecnologia PLC, puoi monitorare in tempo reale il funzionamento e i consumi della tua lavastoviglie.

Lo puoi fare anche da remoto e da qualsiasi dispositivo, come il tuo cellulare. Così hai sempre tutto sotto controllo.

NE3 è la soluzione ideale per grandi mense, ospedali, alberghi e inflight catering.



made in New York in tutto il mondo e commercializza l'omonimo brand di caffè nei supermercati; **Puccino's**, concept molto diffuso soprattutto in UK ed Irlanda che basa la propria mission su qualità, assistenza e coerenza in un ambiente ironico e scanzonato; **Massimo**, neonato concept di ristorazione che invita i suoi clienti a scoprire i migliori piatti della tradizione emiliana e romagnola fornendo il massimo dell'efficienza e del servizio, da cui deriva l'ambizioso nome. Un novero di insegne capaci di intercettare i gusti differenti dei differenti consumatori ai quattro angoli pianeta. Basti pensare al peso dell'offerta extra caffè: "In paesi europei come l'Austria o la Germania, la caffetteria rimane il fulcro del business; in Asia, così come in America Latina, maggior spazio è occupato dal food italiano, che comprende veri e propri menu completi; infine, nel Middle East hanno un ruolo molto importante la pasticceria ed i prodotti da forno", ci spiega **Pascal Héritier**, Coo di MZGB e presidente **APAC e cafes**.

Anche le miscele, ça s'va sans dire, vengono pensate in base alla collocazione geografica dei

locali: negli Espresso e nei CFON si utilizza una miscela creata in esclusiva per i due concept; Puccino's e Massimo servono invece caffè Segafredo; tutte le miscele provengono esclusivamente dalle 18 torrefazioni del gruppo. La stessa discriminante vale per i fornitori dei prodotti da forno: in alcuni casi, come ad esempio il Giappone, esistono delle vere e proprie bakery interne alle caffetterie, in grado di fornire preparati freschi ogni giorno.

Soluzione interna anche per le macchine da caffè usate nei coffee shop: "Per garantire la più alta qualità, utilizziamo quelle prodotte da La San Marco, prestigiosa società che fa parte del nostro stesso gruppo", riprende il manager. "L'azienda basa la sua eccellenza sul costante impegno nella ricerca del perfezionamento, con l'obiettivo di proporre macchine per caffè espresso sempre più evolute e competitive. Del resto, per rispondere agli ultimi trend del mercato, come ad esempio il cold brew, o per produrre alcuni tipi di specialty coffee, tra cui il caffè americano, utilizziamo anche altri tipi di sistemi".

A livello di collocazione per ca-

nale, le caffetterie MZGB sono presenti all'interno di varie tipologie di location: dai centri commerciali (tra i più famosi citiamo il Dubai Mall ed il Central in Thailandia) agli aeroporti (38 terminal), dalle stazioni ferroviarie alle high street, così da "portare il nostro caffè nelle principali città dei mercati in cui operiamo", aggiunge Héritier. Che prosegue: "Una nuova tendenza che ci vede coinvolti è quella del café all'interno degli hotel: penso all'Hilton di Tokyo, dove abbiamo recentemente inaugurato un Segafredo Zanetti Espresso. Continueremo a sviluppare i nostri concept in ognuna delle tipologie di location menzionate; grazie alla notorietà dei nostri brand, riceviamo infatti continue richieste in tutto il mondo".

Su questo versante, l'Europa rimane l'area geografica con il maggior numero di caffetterie ma le regioni in cui lo sviluppo dei locali aumenterà maggiormente nei prossimi anni sono sicuramente l'Asia ed il Middle East.

Catene che crescono

Cibiamogroup ha aperto 42 coffee shop a insegna **La Bottega del Caffè** in Italia (41) e all'estero (una location a Cannes appena inaugurata), dove nel 2017 sono state vendute 10 milioni di tazzine di caffè e 2,5 milioni di tranci di pizza e focaccia. Format vincitore del Foodservice Award 2017 nella categoria centri commerciali, 40 dei pdv (ciascuno dei quali fattura in media 450mila euro all'anno) sono sviluppati in franchising. Dopo le prime tre location aperte nel primo semestre dell'anno, il format verrà replicato almeno altre tre volte di qui alla fine del 2018.

"Più del 25% del nostro fatturato globale è riferibile alla rete delle nostre caffetterie specializzate firmate Cibiamogroup", ci dice **Alessandra Montano**, Marketing and Franchising Assitant dell'azienda ligure. Poi aggiunge: "Mediamente il 70% delle vendite all'interno dei locali La bottega del Caffè è attribuibile ai prodotti di caffetteria: oltre al





TRE MARIE

Una storia di eccellenza
è la nostra garanzia.



La sapienza antica,
fatta di calore e autenticità.

La più ampia offerta di commetti
del mercato, per soddisfare
tutti i tuoi clienti.

La cura e il supporto dei nostri esperti,
sempre a tua disposizione.



Tre Marie Croissanterie,
scegli il meglio per il tuo bar.

TRE MARIE

Antica Marca

PASTICCERIA ITALIANA
DAL 1898

tremarietroissanterie.it



Per maggiori informazioni contattaci
al numero verde 800 403 858
oppure scrivici su info@tremarietroissanterie.it

Coffee shop

caffè, il core del format preparato in tutti i modi (espresso, moka, microfiltrato ecc.), proponiamo una selezione di cappuccini, caffè speciali e regionali, unitamente alle brioches farcite al momento. Il restante 30% delle vendite è riferibile ai prodotti da forno (panini gourmet e focacce farcite) che completano l'offerta per una pausa pranzo veloce e di qualità. In alcuni punti vendita la parte salata può incidere in maniera più importante sul fatturato".

La nostra interlocutrice si spiega poi che la miscela esclusiva a marchio La bottega del Caffè è 100% Arabica, risultato della combinazione di 12 monorigine, e si distingue per un aroma equilibrato, un gusto dolce e corposo ed un profumo intenso; in tazza si presenta con un colore nocciola e una crema densa e corposa. Oltre al 100% Arabica e al decaffeinato, per il Centro-Sud Italia è stata messa a punto una miscela dal carattere più deciso. L'offerta si completa con alcune monorigine selezionate, proposte a rotazione all'interno dei punti vendita: Santos, Colombia e Guatemala. Infine, da gennaio 2018 è stata inserita all'interno dei punti vendita del gruppo una linea esclusiva di capsule a marchio La bottega del Caffè compatibili



con le macchine Nespresso® e Lavazza A Modo Mio®, disponibili in tre varianti: Espresso Intenso, Espresso Delicato ed Espresso Decaffeinato.

Per quanto attiene agli altri prodotti, Montano riprende la sua disamina: "Selezioniamo attentamente i fornitori che producono in esclusiva per noi alcune linee di prodotto, ad esempio gli impasti delle nostre pizze e focacce sono prodotti artigianalmente, a lenta lievitazione e senza strutto. Non solo: l'altissima specializzazione si traduce in un'offerta completa e di qualità con farciture gourmet e prodotti tipici Doc e Igp".

Posizionate al centro della scena, risalto viene dedicato nei

locali alle macchine del caffè (a marchio Faema e Victoria Arduino), mix di performance e immagine, al pari di altre attrezzature come samovar, macinini, silos per caffè in vista, moka, caffettiere napoletane ed estrattori a freddo.

Presente in centri commerciali e grandi stazioni ferroviarie (Napoli, Bologna, Verona), complice il restyling del format avvenuto tra il 2016 ed il 2017, "ci stiamo affacciando sempre con maggiore interesse anche ai centri storici; ad oggi siamo presenti a Sestri Levante e a Cannes; quest'ultima location, in particolare, segna l'inizio di un nuovo percorso che ci porterà anche in altre importanti città, sia in Italia che all'estero".

La forza del franchising

Sono arrivati a 88 (di cui 80 affiliati) i negozi a insegna **101Caffè** aperti in Italia, di cui 10 con somministrazione diretta, pari al 5% del fatturato dell'azienda milanese, che nel 2017 è stato di 14 milioni di euro, grazie a vendite per location che variano da 180

a 600mila euro. Dieci i nuovi pdv programmati quest'anno.

"I nostri prodotti provengono tutti da torrefazioni artigianali con specificità regionali, confezionati direttamente in esclusiva per la nostra rete. Il 60% delle vendite è dato da caffè e affini, il 40% da prodotti da forno che acquistiamo da alcuni fornitori selezionati, così come avviene per le macchine da caffè, a 3 o 4 gruppi", ci dice sinteticamente il fondatore e ceo **Umberto Gonnella**.

Suddivisi tra centri commerciali (23), centri città (16) e negozi di prossimità (49), saranno le high street il canale privilegiato per le prossime aperture della società nata nel 2010, specializzata nella vendita di caffè in cialde e capsule e di bevande alternative, per un totale di 1.400 referenze, di cui 600 a marchio 101Caffè, vendute in esclusiva nei punti vendita affiliati e attraverso l'e-commerce: "Siamo la più importante realtà nel settore del porzionato, riconoscimento dato anche dalle aziende più importanti nel settore, i cui marchi sono presenti nei nostri negozi", conclude l'imprenditore.



COMBI WAVE: ULTRAFAST COOKING

PRONTO IN
90 SECONDI



INQUADRA IL QR CODE
E GUARDA IL VIDEO

FRITTO SENZ'OLIO



Carati Creative Studio



VISITA IL SITO E SCOPRI
LE ALTRE RICETTE.
COME PREPARARE
E SERVIRE
IN POCHE SEMPLICI MOSSE

TANTI MENÙ IN UN SEMPLICE CLICK, PRONTI IN POCCHISSIMI MINUTI.

Prepara on demand in pochissimo tempo menù preimpostati dolci e salati, grazie alle tecnologie utilizzate con questo forno da banco dalle ridotte dimensioni potrai CUOCERE, RISCALDARE, SCONGELARE, TOSTARE, GRIGLIARE, RINVENIRE, TEMPERARE, FRIGGERE SENZ'OLIO E LESSARE QUALSIASI ALIMENTO.

Produzione e assistenza Made in Italy, utilizzo 24h, bassi consumi, non necessita di cappa o impianti filtranti, frittura senz'olio con il 50% di grassi in meno.



800 014 405
CHIAMATA GRATUITA

techfood.it |

TECHFOOD
HORECA INNOVATIONS

Alimentiamo l'ambiente

ladisaristorazione.it

3,4
milioni
di lampadine
non accese



www.ladisa.it

Il nostro modo di fare ristorazione è ispirato al rispetto ambientale e alla riduzione degli sprechi.

Per questo abbiamo avviato una serie di investimenti energetici in tutti nostri centri produttivi del territorio nazionale: la nostra sede di Bari, ogni anno, non immette in atmosfera 134 tonnellate di CO₂.

Abbiamo conseguito (primi nel Sud) la certificazione Carbon Foot Print.




Ladisa
QUALITY ABOVE ALL





Molti nodi **da sciogliere**

La recente normativa in tema di appalti non cambia la sostanza: le scarse risorse inducono gli enti pubblici verso capitolati che puntano al prezzo più basso anche quando la legge non lo consente

di C. Giannone

Sulla Gazzetta Ufficiale n°88 del 16 aprile, è stato pubblicato il Decreto del Ministero delle Infrastrutture e dell'Economia che definisce le tariffe massime e minime per i compensi dei commissari di gara.

Il DM, che entra in vigore il 2 maggio 2018, rappresenta una guida per le stazioni appaltanti nella definizione dei compensi da corrispondere ai membri di una commissione giudicatrice. L'emanazione di questo DM può considerarsi come un primo passo importante verso l'operatività dell'Albo nazionale dei commissari di gara, che

sarà tenuto dall'ANAC e dal quale le stazioni appaltanti dovranno attingere per comporre le commissioni giudicatrici chiamate a valutare le offerte, quando il criterio di aggiudicazione è quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Il decreto fissa inoltre la tariffa annuale di iscrizione all'albo dei componenti delle commissioni giudicatrici (art. 77, comma 10 del D.Lgs. n.50/2016) in 168 euro e l'Autorità Nazionale AntiCorruzione definirà, con proprio atto, le modalità di versamento della quota. La tariffa ha cadenza annuale con eventuale possibilità di essere ridefinita a

partire dal terzo anno, sulla base dell'effettivo numero di iscritti, dei sorteggi effettuati e dei costi indiretti effettivamente sostenuti. La tariffa di 168 euro non è dovuta dai dipendenti pubblici qualora gli stessi richiedano di svolgere la funzione di componente la commissione giudicatrice in favore della stazione appaltante di appartenenza, fermo restando l'obbligo, di corrispondere la stessa nei casi in cui medesimi richiedono di svolgere tale funzione in favore di stazioni appaltanti diverse. L'art. 2 del provvedimento stabilisce anche il compenso per i commissari delle commissioni giudicatrici e la graduazione dei compensi all'interno dei limiti previsti.

Il compenso spettante ai commissari che svolgono le funzioni di presidente è superiore del 5% rispetto a quello fissato per gli altri commissari; di conseguenza il limite minimo e massimo previsto nell'Allegato A al decreto, per i commissari che svolgono le funzioni di presidente è aumentato del 5%.

Calcoli e spese

Dal calcolo dei compensi restano esclusi i rimborsi spese, che sono determinati secondo i regolamenti propri di ogni stazione appaltante. Le stazioni appaltanti procedono, nell'ambito dei limiti minimi e massimi previsti nell'Allegato A al decreto, a stabilire la misura del compenso sulla base dell'importo e della complessità della procedura di aggiudicazione del contratto nonché con riguardo ad altri elementi della gara che influiscono direttamente sull'attività dei commissari, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: il grado di complessità dell'affidamento; il numero dei lotti; il numero atteso dei partecipanti; il criterio di attribuzione di punteggi; la tipologia dei progetti, per servizi e forniture. Si rimane in attesa che l'ANAC dichiari operativo l'Albo con ulteriori linee guida che disciplineranno: le procedure informatiche per garantire la casualità della scelta; le modalità per garantire la corrispondenza tra la richiesta di professionalità da parte della stazione appaltante e la sezione di riferimento dell'Albo. Nel box sottostante sono riportati i compensi per i commissari che partecipano alle commissioni di gara per appalti e concessioni di servizi e forniture. Facendo due conti si evince facilmente che applicando queste tariffe, un'amministrazione, per pagare tre



commissari per valutare un'offerta tecnica di una gara che ha un importo che supera i 5 milioni di euro, deve prevedere un esborso minimo di 36.000 euro e un massimo di 90.000 euro più le spese, contro una spesa che oggi è di circa 3.000 euro, dal momento che la commissione è formata da membri interni e quasi sempre da un solo tecnico esterno. Come ricorderete in un precedente articolo di Ristorando lamentavo il fatto che i commissari erano sotto pagati, mai avrei immaginato di denunciare il contrario! Di fatto, le tariffe previste sono spropositate e avranno effetti perversi sulla qualità del servizio per i motivi che vado a elencare.

Secondo la mia esperienza, ritengo che la cosa migliore sarebbe stato stabilire una cifra fissa per offerta oppure in base alle sedute.



Nel caso della ristorazione, per valutare un'offerta tecnica di un concorrente, se il disciplinare e il capitolato sono ben fatti, occorrono massimo due giorni a prescindere dalla base d'asta, non essendoci nessuna relazione tra importo a base d'asta e tempo per valutare un'offerta tecnica di un concorrente. Ergo, penso che un compenso di 1.000 euro al giorno sia più che sufficiente per retribuire il lavoro dei commissari. Lo scenario che prevedo invece è questo: la maggior parte delle amministrazioni, non disponendo di risorse economiche sufficienti a retribuire i commissari per le diverse commissioni relative alle numerose gare che sono chiamate ad esprimere nel corso di ogni anno, sceglieranno il cosiddetto metodo ON/OFF, come indicato dalle linee guida di ANAC N5 (GU Serie

I compensi per i commissari

Importo a base di gara	Compenso lordo minimo *	Compenso lordo massimo *
Inferiore o pari a 1.000.000 €	3.000 €	8.000 €
Superiore a 1.000.000 € e inferiore a 5.000.000 €	6.000 €	15.000 €
Superiore a 5.000.000 €	12.000 €	30.000 €

Generale n.28 del 03-02-2018), al punto 3, che prevede quanto segue: "In caso di affidamento di contratti per i servizi e le forniture d'importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, per i lavori di importo inferiore a un milione di euro o per quelli che non presentano particolare complessità, le stazioni appaltanti hanno la possibilità di nominare alcuni componenti interni, escluso il Presidente, nel rispetto del principio di rotazione. Sono considerate di non particolare complessità i sistemi dinamici di acquisizione di cui all'art. 55 del Codice dei contratti pubblici, le procedure interamente gestite tramite piattaforme telematiche di negoziazione, ai sensi dell'art. 58 del Codice dei contratti pubblici e quelle che prevedono l'attribuzione di un punteggio tabellare secondo criteri basati sul principio on/off (in presenza di un determinato elemento è attribuito un punteggio predeterminato, senza alcuna valutazione discrezionale, in assenza è attribuito un punteggio paria zero) sulla base di formule indicate nella documentazione di gara". In questo modo, a mio avviso, si annulla completamente il senso dell'offerta economicamente più vantaggiosa basata sul rapporto qualità/prezzo, tant'è che il Codice prevede di attribuire 70 punti su cento alla qualità e 30 su cento al prezzo. L'offerta economicamente più vantaggiosa ha come fondamento quello di dare alle aziende concorrenti la possibilità di proporre soluzioni atte a migliorare gli standard di base del servizio o della fornitura stabilite dalla stazione appaltante. Il metodo ON/OFF è la negazione dello spirito della norma! Ancor prima che vada a regime l'albo dei commissari, abbiamo il primo



"assaggio" di quello che accadrà nel futuro: è il caso del comune di Torino, il quale ha recentemente svolto la gara per affidare il servizio di ristorazione. La gara è al centro di polemiche accese perché molti accusano l'amministrazione di aver privilegiato il prezzo e non la qualità; in prima fila, com'era del resto prevedibile, ci sono i sostenitori del pasto domestico, ma si sono "scomodati" personaggi illustri, come il giudice Giancarlo Caselli, che, in un'intervista alla stampa, ha detto: "Il panino preparato dalla mamma va rispettato per il suo valore sociale".

D'accordo, ma anche la mensa non va demonizzata! Beninteso: è da apprezzare se è organizzata in base a parametri che valorizzano



I.L.P.A. s.r.l.

Via delle Robinie, 19 (Zona Ind.)
20024 GARBAGNATE MILANESE
Tel. 02 9952356 r.a. - Fax 02 99025765
www.ilpasrl.com - clargal@tin.it



KIT PROFESSIONALE DI PULIZIA

per detergere e sanificare.

Confezione di una bobina di Turchese 56 in tnt + 2 flaconi da 1000 ml con erogatore di Universal

Bobina in Tessuto Non Tessuto di cellulosa e poliestere microforato di colore turchese.

Bobina da kg. 2 h. 24 cm. n. 392 strappi.

A norma con l'HACCP in quanto è idonea al contatto con alimenti e di colore turchese.

La trama forata del TNT garantisce l'asportazione di qualsiasi sporco alimentare dal banco di lavoro.

Non si spappola come la normale carta in quanto si può usare sia asciutto che bagnato.

Può essere sciacquato sotto l'acqua corrente e strizzato senza rompersi.

Flacone Universal da 1000 ml è un prodotto chimico pronto all'uso con azione sgrassante e sanificante. Adatto a tutte le superfici lavabili, dai piani di lavoro alle attrezzature.

A norma con l'HACCP in quanto non contiene profumi e/o sostanze non a norma.

Pulisce, sanifica ed elimina gli odori in una unica operazione.

Inoltre il prodotto ha un basso deposito residuale che permette all'operatore di sciacquare in brevissimo tempo.

Addirittura asportando il prodotto con un TNT asciutto si è dimostrato tramite appositi tamponi, che non vi è residuo di prodotto sulle parti trattate.

la qualità dei prodotti. E quindi non seguendo le regole del massimo ribasso: il rischio in questo caso, infatti, è che seguendo la logica del risparmio si prediligano cibi scadenti, con l'aggiunta di additivi che possono nuocere alla salute dei bambini". E certamente non è il caso del bando di Torino. Anche Stefano Esposito, ex senatore dem, intervistato sull'argomento dalla giornalista de *La Stampa* Miriam Massone ha dichiarato che ci troviamo di fronte a un bando: "...Tarocco: hanno utilizzato una procedura che di fatto aggira la norma. Si potrebbe dire che hanno fatto una 'turbativa d'asta' in capo alla stazione appaltante. Il Codice non ha falle, ma chi ha redatto il bando ha applicato il solito principio secondo cui



fatta la legge trovato l'inganno: chiedendo requisiti unificati e banali sotto l'aspetto qualitativo hanno favorito la creazione di un cartello di imprese. E così alla fine è sul massimo ribasso che si è giocata la partita. Ma è vietato". Ma di chi è la colpa?... sull'argomento Stefano Esposito ha le idee chiare: "Di chi ha scritto il bando, in primis, quindi del dirigente e poi del Rup, responsabile unico di procedimento. Ma non soltanto loro. La politica ha una grande responsabilità, quando ragiona solo in un'ottica di 'risparmio, risparmio, risparmio'. Per questo il sindaco Appendino e l'assessore all'Istruzione, Patti, dovrebbe rimuovere immediatamente l'autore o gli autori del bando. È stata violata la legge, è un fatto grave". Le dichiarazioni dell'ex parlamentare non sono del tutto condivisibili. Personalmente credo che non sia stata violata la legge ma che sia piuttosto il capitolato ad essere lacunoso. Leggendo il documento e i suoi allegati si coglie la pretesa di definire ogni singolo aspetto del servizio (organizzativi, nutrizionali, merceologici e igienico sanitari) senza avere la piena padronanza dell'argomento. Il risultato è un documento molto scolastico in cui traspare l'ansia di prevedere tutto: si va dall'elencazione delle norme cogenti relative alle derrate (esercizio inutile visto che sono obbligatorie) ma non si definiscono ad esempio i parametri chimico-fisici degli alimenti. Non basta, ad esempio, dire parmigiano reggiano; è necessario definire la percentuale di umidità, di proteine e di grassi per definire la stagionatura e quindi il valore di mercato. La frutta a sua volta deve essere



i precotti

novità

la pasta ripiena precotta KOCH
pronta in 4 minuti



Girasoli
al tartufo o alla zucca

Ravioloni
agli asparagi, alle verdure
o alla ricotta e spinaci



Koch Snc, via Negrelli 16 - 39100 Bolzano - Tel. 0471 202111 - www.kochbz.it
Koch. Deliziosa tradizione.

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA E RELATIVI PUNTEGGI

Fornitura di frigoriferi: diciotto (18) punti massimi; Programma di informazione e comunicazione sul Servizio di Ristorazione scolastica: dodici (12) punti massimi. Ulteriore somministrazione di prodotti alimentari e di prodotti alimentari P.A.T.: quaranta (40) punti massimi.

ELEMENTO, DESCRIZIONE PRODOTTO, DESTINATARI, MODALITA' E PERIODICITA' DI SOMMINISTRAZIONE

Prosciutto crudo D.O.P. di Cuneo Ciascun utente delle scuole secondarie di primo grado Una volta ogni otto settimane 3,8 Riso biologico) Ciascun utente di tutti gli ordini scolastici Qualora previsto in menu con la seguente frequenza: una volta al mese nel primo anno di affidamento, due volte al mese nel secondo anno di affidamento, ogni qual volta previsto nel menu durante il terzo anno di affidamento 4,7 Pane biologico ,per Ciascun utente dei Nidi e delle Scuole d'Infanzia Una volta al mese in associazione alla merenda prevista nel menu 4,5 Olio extravergine di oliva italiano biologico, per Ciascun utente di tutti gli ordini scolastici Una volta ogni otto settimane nei condimenti a crudo 4,1 Frutta secca sgusciata in proporzione variabile, circa 15 grammi per ciascun utente delle scuole primarie Come dessert una volta ogni otto settimane nel menu invernale 4,3 Sale marino integrale iodato per i condimenti a crudo per Ciascun utente di tutti gli ordini scolastici Sempre nei condimenti a crudo 3,6 Grissini stirati piemontesi Ciascun utente delle scuole Qualora presenti nel menu con la seguente 2,5 26 dell'obbligo (primarie e secondarie di primo grado) frequenza: una volta ogni otto settimane nel corso del primo anno dell'affidamento, ogniqualevolta previsto in menu negli anni successivi Cioccolatini gianduiotti piemontesi di circa 8,5 grammi ciascuno Due cioccolatini a ciascun utente delle Scuole d'Infanzia Come merenda, una volta ogni otto settimane nel menu invernale 3,2 Torcetti di Lanzo di circa 15 grammi ciascuno Due torcetti a ciascun utente delle Scuole d'Infanzia Come merenda, una volta ogni otto settimane nel menu estivo 3 Canestrelli piemontesi di circa 15 grammi ciascuno Due canestrelli a ciascun utente delle scuole dell'obbligo (primarie e secondarie di primo grado) Come dessert, una volta all'anno nel menu invernale prima delle festività natalizie 2,8 Amaretti morbidi di circa 18 grammi ciascuno Due amaretti a ciascun utente delle scuole primarie Come dessert una volta ogni otto settimane 3.

matura fisiologicamente e non solo commercialmente, in maniera da essere adatta al pronto consumo, cosa praticamente impossibile a meno non si facciano dei piccoli frutteti in ogni scuola, e non mi pare che le attuali condizioni lo permettano.

Un finale già scritto

Per alcuni prodotti si prescrive che debbano essere di provenienza della regione Piemonte, vedi riso o le carni fresche, come quella di bovino adulto fresca/sottovuoto che deve essere di razza piemontese. O ancora la carne di pollo, che deve essere di filiera interamente piemontese, cioè proveniente da animali nati, allevati, macellati, sezionati, confezionati, distribuiti in Regione, andando così contro le norme sulla libera circolazione delle merci.

E ancora: nelle tabelle delle grammature alcuni ingredienti non sono ben definiti: non basta dire carne bovina, è necessario definire il taglio, visto che non hanno tutti lo stesso valore economico.

Un'altra indicazione riguarda le modalità con cui l'aggiudicatario deve redigere il piano di autocontrollo ai sensi del regolamento CE n.852 e come deve essere effettuata l'analisi di rischi. Per



quanto riguarda l'organizzazione della distribuzione dei pasti, poi, il capitolato fornisce indicazioni di quanto personale è necessario e il numero di ore, invece di indicare il rapporto fra addetti e numero di utenti. Dal mio punto di vista più che ad atti di gara ci troviamo di fronte a una bozza di tesi di laurea sulla fornitura di servizi di ristorazione. La pretesa di voler definire tutti gli aspetti del servizio, e la scarsa conoscenza delle norme hanno indotto l'amministrazione a scegliere criteri poco qualificanti e anche un po' ridicoli, come si può vedere nel box a lato e a valutarli con il metodo delle crocette. Alla fine, com'era prevedibile, tutti i concorrenti hanno totalizzato 70 punti per il criterio relativo alla qualità e la differenza l'ha fatta unicamente il prezzo, passando di fatto dal criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa a quello del prezzo più basso. E questo sarà il destino di molte gare, perché le stazioni appaltanti, non avendo risorse sufficienti per pagare i commissari di gara, opteranno per questo metodo aberrante.



Associazione nazionale delle Aziende di Ristorazione Collettiva e Servizi
Uffici: Via Barozzi, 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
www.angem.it - info@angem.it

CO.R.I.A. s.a.s.

COLOMBO RAG. ETTORE S.r.l.

COMPASS GROUP S.p.A.

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

GEMEAZ ELIOR S.p.A.

GENESI S.r.l.

IFM S.p.A.

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI S.R.L.

ITALCATERING S.r.l.

PEDEVILLA S.p.A.

SODEXO ITALIA S.p.A.

TURRINI RISTORAZIONE

Gli indirizzi e i recapiti di tutte le aziende associate
sono presenti sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**

Uno per tutti

Cuocere il risotto, rosolare la carne e friggere le patatine con un unico apparecchio: il Rational VarioCookingCenter

Gli operatori della ristorazione collettiva sono quotidianamente in grado di bilanciare la redditività con la soddisfazione degli ospiti, come **Thomas Wenger**, chef della mensa aziendale di *BHS Corrugated*, uno dei principali produttori mondiali di cartoni ondulati.

Cinque giorni alla settimana, circa 1.200 colleghi ricevono cibo, con 500 pasti caldi che escono quotidianamente dalla cucina. Per armonizzare tutti i requisiti, Wenger si affida a concetti e apparecchi di cottura innovativi come il **Rational VarioCookingCenter**.

La giornata lavorativa inizia alle 7.00 in modo assolutamente tranquillo. La brigata di cucina di Thomas Wenger si riunisce al banco caldo per l'incontro mattutino. Sullo sfondo lavorano due VarioCookingCenter e lo fanno per tutta la notte, perché il team utilizza ogni minuto per la produzione, come per il gulasch che oggi è sul menu. Già ieri sera i pezzi di carne sono stati rosolati nella vasca e poi delicatamente brasati per tutta la notte. A tal proposito, Wenger dichiara: "Ci affidiamo interamente all'intelligenza di cottura dell'apparecchio, che controlla costantemente la temperatura e la regola se necessario". Il sole sorge quando è già stata completata la prima fase di produzione presso BHS. Alla domanda su come i cuochi usano la capacità extra, la risposta arriva come repentina: "Preparare i contorni da soli e al momento". Il VarioCookingCenter è di nuovo in funzione: bollire la pasta, rosolare gli gnocchi fatti in casa o friggere le patatine fritte: e questo è solo una parte della varietà che il team di BHS può preparare con questo apparecchio multifunzione. "Oggi abbiamo il risotto", afferma Thomas ridendo, perché il tempo che prima trascorrevamo a mescolare il risotto o la polenta viene ora impie-

gato per un breve scambio con i suoi collaboratori. Ciò è possibile grazie al sistema di riscaldamento VarioBoost integrato nell'apparecchio, che in 2 minuti e mezzo riscalda la vasca a 200 °C, trasferisce il calore in



modo uniforme e controllato agli alimenti. Un vantaggio enorme soprattutto nella preparazione del risotto: Wenger non deve né mescolare costantemente né controllare che qualcosa bruci. "L'apparecchio elimina molte delle noiose attività di routine, concedendoci una libertà completamente nuova", conferma Wenger. E aggiunge: "Non ho imparato a cucinare per servire un apparecchio, ma a sorprendere i miei ospiti con esperienze culinarie". E per questo lui e i suoi nove collaboratori hanno di nuovo abbastanza tempo.

Anche per quanto riguarda la contabilità, lo chef è soddisfatto di aver scelto due VarioCookingCenter anziché una brasiera ribaltabile, un bollitore e una friggitrice nella progettazione della mensa aziendale, perché gli apparecchi Rational sono quattro volte più veloci, occupano meno spazio e consumano fino al 40% in meno di elettricità.

Il team di BHS è entusiasta della flessibilità offerta da questo apparecchio di cottura multifunzione. "Rational crea spazio per l'essenziale: abbiamo più tempo per provare nuove idee e gli ospiti si divertono a mangiare insieme per scambiarsi idee e svilupparle", afferma Wenger.



RATIONAL

Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com



myTec.com
GLOBAL SOLUTIONS FOR HOSPITALITY

MytecOne
sistemi evoluti di cassa

MyDigitalMenuBoard
web app, menu e media su monitor

MyKiosk
vendita e pagamento automatico

MyCash
incasso contanti, resto in 8 secondi

MyBusiness
costi, ricavi, margine immediato

Soluzioni complete per
punti vendita singoli,
catene dirette e
in franchising



info@mytec.com - t. +39 0399466362



Le fabbriche del divertimento

Distrarsi è l'unica soluzione per resistere ad un'epoca di confusione politica e d'incertezza economica. Un rimedio che spiega lo sviluppo dei leisure park e della ristorazione commerciale ad essi collegata

di Georges Garcin

Strano epoca la nostra! Un'epoca in cui si combattono guerre con mezzi sempre più sofisticati; un mondo in cui si diffondono a ritmo serrato pericolose fake news in cui la realtà si perde nella tempesta della menzogna collettiva.

In questo scenario aumenta la ro-

botizzazione dei processi produttivi, cala il lavoro umano e cresce il tempo libero mentre il pensiero e la riflessione vengono sostituite dal ricorso sistematico ad internet ed allo scambio delle banali chiacchiere tramite i social network. Ecco così un immenso spazio libero messo a disposizione dei nuovi



siti specializzati nella lotta contro la noia: i parchi divertimento.

La ripresa della locomotiva Disney

Tre anni fa, Ristorando aveva scoperto la forte progressione di questa nuova razza di strutture nel mercato francese. Tre le leve principali del successo: la prima aveva a che fare con la riduzione legalizzata del tempo di lavoro introdotta dalla famosa legge delle 35 ore settimanali che, malgrado il fallimento della formula, sopravvive ancora oggi; la seconda ha a che fare con l'innovazione introdotta dai cosiddetti "rtt", (riposi flessibili) in grado di allungare il week end della mano d'opera considerata "troppo stanca"; la terza leva del successo si deve all'entrata in campo del colosso **Disney**. Infatti, scegliendo per il suo parco europeo la periferia parigina, il gigante mondiale del settore entertainment ha permesso al Paese di sviluppare un nuovo segmento di business nazionale e di consolidare la sua leadership europea nell'industria del turismo internazionale. Dopo 20 anni di vita, e una storia commerciale e finanziaria difficile caratterizzata da gestioni non proprio ottimali che aveva generato un debito di 1,400 miliardi di euro nel 2016, l'avventura Disney, con la sua presidente **Catherine Powell** ha ritrovato il proprio dinamismo, con la concentrazione del 97% del capitale e l'uscita dalla Borsa. La sua clientela internazionale è rappresentata da più di 50 milioni di visitatori ogni anno: il 15% francesi, l'8% inglesi e spagnoli, il 6% belgi e olandesi, 3% italiani, 2% tedeschi... E la capacità ricettiva del sito ha ripreso la sua espansione. Oggi ci sono 2

parchi a tema; un centro di divertimento con lo shopping e la ristorazione **Disney Village**; 1 campo di golf; 17 alberghi di cui 7 con insegne Disney; 3 stazioni ferroviarie di cui 1 per i treni TGV; 2 centri commerciali **Val d'Europa** e **La Vallée**; 1 centro commerciale per le aziende una zona residenziale. Ma, cosa più importante, è l'annuncio di futuri progetti di ampliamento, con un investimento di 2 miliardi di euro destinato raddoppiare le dimensioni del secondo parco e alla realizzazione di 3 nuove aree. Certo una tale dimensione lascia qualche dubbio sulle difficoltà di gestione. Intanto, l'indice di gradimento di Eurodisney



non supera il 75%. Troppo poco, come sottolinea una recente indagine dalla rivista *Que Choisir*. Tre i punti di debolezza del parco: il pagamento dei parcheggi, l'attesa troppo lunga per accedere alle attrazioni e il rapporto prezzo-qualità del retail e del food service.

Il successo dei parchi regionali

Al contrario di quanto avviene in casa Disney, i parchi divertimento regionali più piccoli hanno realizzato eccellenti performance negli ultimi tempi, facendo segnare un giro d'affari di circa 3 miliardi di

euro nel 2017, pari a 60 milioni di visitatori, numero che si traduce in un aumento del 5% rispetto al recente passato. Qui si è potuta toccare con mano l'incidenza strategica della ristorazione. Un esempio su tutti è dal leader tedesco **Europa Park**, i cui 6 milioni di clienti e dipendenti dispongono di una rete di 60 ristoranti con servizio al tavolo. Stessa situazione in Francia, dove operano i leader che propongono soggiorni di breve durata e possono contare su un'offerta di food service consistente per mezzogiorno e il po-



di food. In somma, il futuro del segmento dei parchi divertimento sembra, almeno per quanto riguarda quelli regionali, assicurato. Ma esiste un minaccia all'orizzonte, poiché queste strutture sono spesso gestite da forme associative che riconducono a soggetti di natura fiscale che non vanno molto d'accordo con la ricerca esasperata di nuovi introiti che vede impegnato di questi tempi il governo francese.

Break Nature nei Center Parcs

Il terzo pilastro del mercato dell'industria del divertimento sono i cosiddetti "center parcs", che si espandono nella natura con il tema "break nature", e con destinazione laghi e foreste. L'idea iniziale si deve a **Piet Derksen**, un olandese di Rotterdam che, dopo diverse aperture, ha venduto il marchio al Gruppo francese immobiliare **Pierre & Vacances - Centers Parc** di **Gérard Brémont**. In Europa esistono 24 di queste strutture di cui 6 in Francia nelle campagne di Sologne, Picardie, Normandie e Ile de France. Ci sono poi 6 centri in Germania, 6 nei Paesi Bassi e 2 in Belgio. Essendo un formula di divertimento all'insegna della natura, è probabile che in questi ambiti per quanto riguarda la ristorazione possa esistere uno spazio per i fast fooder. Ma bisognerà anche essere abili viaggiatori, poiché la società francese sta elaborando una strategia di sviluppo che punta al mercato cinese.



PER CONTINUARE A INNOVARE PORTA SEMPRE NUOVI RISULTATI E NUOVE RAGIONI



Osservare il mercato da una prospettiva diversa,
per offrire ai nostri clienti soluzioni sempre nuove,
in grado di anticipare i bisogni del consumatore.
Questo per noi significa innovare.

STEF, lo specialista europeo del trasporto
e della logistica agroalimentare a temperatura controllata.

Scoprite di più su www.stef.com
contact@stef.com

STEF 
Connecting food market players



Buono (ma non) **buonissimo**

Cumulabilità, soggetti autorizzati al ritiro, sconti, ritardati rimborsi agli esercenti e mercato digitale: il comparto dei sostituti di mensa ai raggi X

di Massimo L. Andreis

Nata nel 1955 in Inghilterra con il nome di Luncheon Vouchers Company, la prima società emettitrice di buoni pasto al mondo diventa presto leader del mercato domestico.

(Nel 1999 prenderà il nome di **Accor Services**, e nel 2010 **Edenred**).

A decretare il successo della formula contribuiva Oltremarica la defiscalizzazione dei buoni pasto da parte del governo inglese,

provvedimento imitato nel 1967 in Francia, dove era stato cinque anni prima l'imprenditore **Jacques Borel** a fondare **Ticket Restaurant**, un nome destinato a diventare sinonimo di buono pasto, almeno in Italia. E lungo la Penisola questo benefit arriverà negli anni '70, sulla scia della sua diffusione in tutti i paesi industrializzati come strumento alternativo per consentire ai lavoratori subordinati di usufruire di

un diritto acquisito nel tempo: quello al pasto in pausa.

Concepito un po' come diritto, un po' come benefit, un po' come strumento che tutela il proprio potere d'acquisto, quest'ultima componente è stata di fatto rafforzata (qualcuno potrebbe dire persino privilegiata) nel settembre 2017, da quando, con la pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* del decreto del *Ministero dello Sviluppo Econo-*

mico numero 122 del 7 giugno 2017, in Italia si possono usare fino a 8 voucher contemporaneamente: non solo per pagare il pasto e fare la spesa alimentare al supermercato ma anche, tra l'altro, in agriturismi, mercatini e spacci aziendali. Si è così ampliata la platea dei soggetti autorizzati a ritirare i sostituti di mensa cumulati, una pratica in realtà già diffusa per quanto non regolare. E, in effetti, uno degli

obiettivi del provvedimento era proprio quello di "adeguarsi alle prassi reali di utilizzo, evitando fenomeni distorsivi ed elusivi".

Chi paga lo sconto?

Il settore dei buoni pasto in Italia vale circa tre miliardi e mezzo di euro (l'1% del Pil nazionale) e vanta 2,5 milioni di utilizzatori, due terzi dei quali sono dipendenti pubblici. Secondo uno studio dell'Università Tor Vergata, la filiera del buono pasto, che comprende 4 attori (datori di lavoro, emittitori, esercizi commerciali e beneficiari), dà lavoro a quasi 200mila persone tra impiegati diretti e indiretti.

Le società di emissione sono una decina e si contendono il mercato, specie quello legato alla committenza pubblica, che interessa 1,6 milioni persone, spesso a suon di sconti, dato che il criterio principale nelle gare d'appalto solitamente bandite da Consip è quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Dato che poi gli accordi coi privati, un mercato costituito da 900mila beneficiari, si modellano sulle cifre del pubblico, è chiaro che l'entità dello sconto, intesa come percentuale che l'emittitore trattiene sul valore del buono, ha una grandissima importanza: se infatti l'azienda – pubblica o privata – che acquista i buoni pasto ha (tra l'altro) il vantaggio di non dover pagare oneri previdenziali, e i dipendenti quello di non pagare l'Irpef, sono baristi e ristoratori che ricevono in pagamento i sostituti a lamentare le distorsioni provocate dall'eccesso di sconto. Questi infatti, dopo averli ricevuti, impacchettati, assicurati e spediti alla società di emissione per poi ricevere il rimborso, si vedono sottrarre lo sconto patuito in sede di gara d'appalto. Qui nasce il problema, poiché in Italia le commissioni oscillano tra il 6 e il 15%, ma con i servizi aggiuntivi si può arrivare anche al 20%.

Per fortuna, adesso il decreto 122 obbliga a contemplare nello

IL MERCATO ITALIANO IN PILLOLE

Giro d'affari annuo: **3,5 mld €**

Numero beneficiari buoni pasto: **2,5 milioni**

Beneficiari settore pubblico: **900mila**

Beneficiari settore privato: **1,6 milioni**

Valore massimo esentasse buono cartaceo: **5,29 €**

Valore massimo esentasse buono elettronico: **7,00 €**

Commissione per bar e ristoranti: **6-20%**

Commissione per supermercati: **13-17%**

Valore medio del buono pasto in Italia: **4 €**

sconto stabilito nella gara d'appalto "acquisizione, erogazione e fatturazione", così da contrastare l'aumento indiscriminato delle commissioni richieste agli esercenti, su cui vengono come detto "scaricati" i ribassi concessi nelle gare.

Senza contare le problematiche legate alla tempistica dei rimborsi, che proprio in questi giorni sono al centro delle polemiche, con le accuse mosse a una delle aziende più importanti del mercato, vincitrice di molti degli appalti della PA, di non pagare gli esercenti. L'emittitrice si difende evidenziando come sia a sua volta

vittima di ritardati pagamenti da parte delle amministrazioni pubbliche che utilizzano i suoi buoni. Morale: il solito cane che si morde la coda, che rischia di portare molti esercenti a rifiutare i buoni: prima selettivamente, e poi, chissà, in misura da danneggiare tutto il mercato e i suoi protagonisti, con grave danno in primis per bar e ristoranti, che ne traggono un grande contributo alle loro finanze: come sottolinea infatti **Anseb**, l'Associazione Nazionale Società Emittitrici Buoni Pasto, il sostituto di mensa rappresenta il 30% del fatturato incassato dai pubblici esercizi durante la pausa pranzo.

A sua volta, anche la grande distribuzione, proprio come gli esercizi pubblici, luogo privilegiato di utilizzo dei buoni, deve rispedirli alle emittitrici e pagare una commissione, che qui oscilla tra il 13 e il 17%, a seconda degli accordi che i distributori hanno con le società che li stampano. Di qui l'esistenza di due tipologie di esercenti della gdo: quelli che accettano i ticket e quelli che non lo fanno tout court, lamentando le stesse problematiche di bar e ristoranti.

Il Pos della discordia

Peraltro, il mercato italiano sconta



anche altre peculiarità, a partire dal valore medio del buono, che lungo lo Stivale è di circa 4 euro. Non solo molto inferiore al valore medio del sostitutivo omologo greco (6 euro), portoghese (6,80) e belga (8,00), ma inferiore alla metà di quello tedesco (tra 6 e 9 euro), francese e spagnolo (9 euro). Insomma, un buono... nano!

Una spinta sulla via della modernizzazione del sistema è arrivato nel 2015 con l'innalzamento del valore esentasse del buono elettronico, passato da 5,29 (che resta il limite per il cartaceo) a 7 euro.

Un incentivo per passare dal complesso meccanismo fatto da buste, pacchi e spedizioni a uno più snello e semplice. Tuttavia, l'accettazione dei ticket elettronici interessa ancora una quota minoritaria del mercato. Il principale ostacolo sulla via della loro diffusione è di tipo tecnologico: in un settore dove sono numerosi i buoni elettronici, non esiste ancora, al di là di qualche timido tentativo di uniformizzazione, un Pos unico. Attualmente ne servono da 4 a 6 per potere accettare tutte le card in circolazione.

Considerando quindi il costo del, anzi, dei Pos, la manutenzione degli stessi e una commissione fissa di poco meno di 50 centesimi a prescindere dal valore del buono, e se si tiene presente inoltre che ci sono persino sostituti che valgono meno di 2 euro, si comprenderà facilmente perché l'innovativa versione digitale del buono stenta a diffondersi.

Lo stesso ampliamento del novero dei soggetti autorizzati a ritirare i buoni pasto, cumulati o meno, non facilita a ben vedere questa evoluzione: è lecito infatti

attendarsi che difficilmente agiturismi, mercatini e spacci aziendali si si doteranno di Pos e stipuleranno convenzioni per incassare i diversi tipi di buoni elettronici sul mercato!

La parola al mercato

Nondimeno, secondo Edenred, leader anche in Italia con una quota di mercato del 45% con 55mila aziende clienti, più di 100mila esercizi commerciali e 1,5 milioni di utilizzatori finali al giorno, nel giro di un paio d'anni i ticket elettronici arriveranno a rappresentare la metà del comparto, come già per la costola della società inglese attiva in Italia.

"Abbiamo la rete più digitalizzata del Paese, che già oggi conta un buono pasto su due in formato elettronico", ci dice l'amministratore delegato dell'emittitrice, **Luca Palermo**. *"La defiscalizzazione del buono pasto elettronico a 7 euro ha incentivato la diffusione di questo dispositivo, sia come card elettroniche, sia come applicazioni mobile".*

Sul tema delle novità introdotte nel settembre scorso, il manager ritiene che la riforma abbia armonizzato le esigenze di tutti gli operatori della filiera e rafforzato il ruolo di volano per l'economia di questo benefit: la possibilità di cumulo e l'estensione della rete di accettazione confermano la centralità del buono nel sistema economico italiano e danno ai lavoratori maggiore flessibilità e libertà di impiego oltre ad andare incontro a recenti trend, smart working in primis.

"E tuttavia", aggiunge l'Ad, *"è necessario ribadire la funzione di servizio sostitutivo di mensa*

del ticket, non lo si può parificare a un qualsiasi strumento di welfare o addirittura a un buono spesa". Negli ultimi anni Edenred, che tra i contratti stipulati di recente annovera *Trenord, Sisal e Allianz*, ha investito in tecnologia 100 milioni di euro per favorire lo sviluppo dell'innovazione in tutti i settori in cui opera.

A tale riguardo, l'offerta agli esercenti comprende il Pos multiservizio che, oltre ai buoni elettronici Ticket Restaurant®, accetta anche pagamenti effettuati con carte PagoBANCOMAT® e carte di credito e di debito di tutti i principali circuiti internazionali. *"Accanto a questo strumento abbia-*



mo lanciato anche SmartPOS, il terminale ad alta connettività facile come uno smartphone. L'offerta integrata di servizi tecnologici per efficientare la gestione del buono pasto si completa, inoltre, dei dispositivi: Edenred-Fast, l'app che consente al ristorante di richiedere il rimborso dei buoni e monitorare lo stato del loro pagamento, e Easy Check, la pistola scanner collegata al Pos che consente di digitalizzare la gestione dei buoni cartacei", conclude Palermo.

Diversificare l'offerta

Con un fatturato di 76,8 milioni di euro (il 13,6% sul totale dell'azienda), oltre 14 milioni di buoni emessi (il 30% cartacei e il 70% elettronici), 60mila esercizi convenzionati e oltre 100mila fruitori, **BluBe**, divisione Welfare di **CIR food**, è tra i protagonisti del mercato. Un mercato che, secondo **Riccardo Gismondi**, National Key Account Director della società, sta conoscendo un *"Trend di sviluppo che continuerà anche nei prossimi anni per la convenienza reciproca, di aziende e lavoratori, ad usufruire di servizi di ristorazione esterni, potendo contare*

anche su un crescente numero di tipologie di esercizi abilitati. Un elemento evolutivo da prendere sicuramente in considerazione per il futuro, è l'inserimento di diverse tipologie di servizi di welfare aziendali all'interno di quello che era una volta il 'semplice' pacchetto dei buoni pasto".

Infatti, il business della società in questo segmento si è trasformato nel tempo, andando ad includere il "tradizionale" buono pasto in una vasta e innovativa gamma

di servizi di welfare per le imprese. Proprio per questo nel 2018 è nata BluBe come evoluzione di BluTicket.

"Stiamo investendo con convinzione sulla diversificazione della nostra offerta, e continueremo a farlo, per offrire soluzioni sempre più flessibili e all'avanguardia", riprende il manager.

Una esigenza tanto più sentita alla luce delle novità: *"Il decreto 122 ha inciso sicuramente sul quadro normativo di riferimento, andando a modificare in qualche modo anche i comportamenti degli utenti finali nell'utilizzo dei buoni. Del resto, il trend di graduale spostamento dell'utilizzo dagli esercizi di somministrazione – come bar e ristoranti – a quelli di vendita di prodotti alimentari – come i supermercati – è iniziato in un periodo precedente al decreto stesso, almeno dieci anni fa, ed è dovuto non tanto alle modifiche normative, quanto, in molti casi, al basso valore nominale del singolo buono, che impedisce di coprire il costo intero di un pasto, e pertanto incentiva all'utilizzo nella gdo rispetto a bar e ristoranti"*.

Dal semplice microchip alla carta contactless, dal sistema NFC per smartphone alla smaterializzazio-

ne completa della card e del Pos: BluBe opera a tutto campo per facilitare la digitalizzazione dei buoni; non per nulla, come sottolinea il manager: *"Quello dell'innovazione del servizio è un campo sul quale stiamo investendo e che dà i suoi frutti; infatti, in poco più di due anni, i buoni elettronici sono passati dal 50 al 75% dei nostri ricavi. Al momento i nostri principali partner sono Argentea, Diebold Nixdorf, SIA e NCR"*.

È anche così che l'emittitrice di casa CIR food ha acquisito nell'ultimo anno importanti contratti, tra cui la Regione autonoma Valle d'Aosta, il Comune di Bolzano, la Regione Trentino Alto Adige e il Gruppo CTT Nord di Pisa.

A tutto digitale

Tra le prime aziende del settore ad introdurre il buono pasto elettronico, con il lancio di Pass Lunch Card già nel 2000, dal 2015 **Sodexo Italia** registra una forte accelerazione nella conversione dei clienti al digitale. *"Tale processo non riguarda solo i buoni pasto, ma anche tutti i nostri servizi legati al mondo dei benefit aziendali"*, esordisce **Matteo Primus**, Sales Director **Benefits & Rewards Services Italia**. *"Siamo*



impegnati infatti nell'erogazione di programmi di welfare attraverso piattaforme multicanale. La tecnologia permette una nuova esperienza di fruizione, in linea con l'evolvere dei bisogni dei consumatori, pronti ad esser protagonisti delle loro scelte in ogni fase".

Anche il decreto 122 va incontro ai cambiamenti dei comportamenti di consumo e di alimentazione secondo il manager, consentendo il cumulo. Questo intervento, unitamente all'esenzione fiscale per il ticket elettronico fino a 7 euro, favorisce tutti gli attori coinvolti, affiliati e consumatori in primis. *"Nel medio termine servirà comunque rimettere mano al plafond dell'esenzione fiscale per seguire l'aumento del costo della vita e i modelli di buono pasto degli altri Paesi, dove la soglia di esenzione è più elevata e di conseguenza la diffusione di questo strumento di welfare aziendale più ampia"*.

Secondo una recente ricerca Doxa per Sodexo Benefits&Rewards Service, le nuove modalità multi channel di gestione e fruizione del meal voucher sia da parte delle aziende, sia da parte di beneficiari ed esercizi convenzionati, sono esempi di come la digitalizzazione dei servizi sia arrivata anche nel mondo degli em-

ployee benefit a vantaggio di imprese e organizzazioni, consentendo di risparmiare tempo, moltiplicare punti di contatto e interazione tra gli attori coinvolti, garantire una maggiore sicurezza e abbattere i costi di spedizione.

È interessante notare come il digitale non abbia coinvolto semplicemente il formato dei sostituti di mensa, da cartaceo a elettronico, ma anche i processi aziendali che determinano le fasi d'acquisto e l'interazione con i fornitori. Ad esempio, il 54% delle piccole e medie imprese è già solita ordinare i ticket, privilegiando acquisti online (36%) e richieste via mail (18%) piuttosto che il rappresentante locale (11%), la chiamata al centralino (5%) e l'utilizzo del fax (2%).

Per quanto riguarda gli esercizi convenzionati, anche per i buoni cartacei, grazie al lettore ottico collegato a un Pos, la pratica di rimborso è notevolmente sveltita e più sicura. A tale riguardo, conclude la sua disamina Primus, *"offriamo canali di comunicazione dedicati, la nuova App multifunzione per gli utilizzatori, il call center e il nuovo blog dedicato alle PMI, in cui vengono approfondite numerose tematiche d'attualità, in un'idea di comunicazione sempre più 3.0 integrata con i social network come LinkedIn, Facebook e Twitter"*.





Ristorando

Da 21 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO

Sì

- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS S.p.A. - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSi

n°

Data di scadenza / CVV

Data / / Timbro e Firma

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società.....
.....
Nome.....
Cognome.....
Funzione.....
Indirizzo.....
N. Civico.....Cap.....Prov.....
Località.....
Prefisso.....Telefono.....
Fax.....
PartitaIVA.....
E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.
• Per richiedere comunque fattura ☐
(Barra la voce interessata con X)





Ristorazione collettiva: il quadro normativo relativo alla produzione dei rifiuti

L'esercizio d'impresa dei grandi player della ristorazione collettiva comporta giornalmente la produzione di rifiuti speciali e la conseguente gestione secondo i termini prescritti dalla legge.

Da più di 12 anni, oltre a programmazione logistica di raccolta, trasporto, recupero e/o smaltimento dei rifiuti, **Adriatica Oli** si

propone come partner per sostenere il cliente relativamente agli aspetti legati alla normativa, offrendo il completo controllo della contabilità ambientale. L'ottimizzazione dei servizi, oltre ad assicurare una corretta gestione dei rischi, consente la programmazione dei costi e il cost-saving strutturale.

ASPETTI SANZIONATORI PER IL PRODUTTORE IN MATERIA DI RIFIUTI: D.LGS.152/2006 e s.m.i.

OBLIGO	SANZIONE
Art. 188 c. 2 lett. b) Controllare che i trasportatori siano autorizzati al trasporto di rifiuti. Art. 188 c.2 lett. b) Controllare che gli impianti di destinazione siano autorizzati. Art. 183 c. 1 lett. bb) I rifiuti prodotti possono essere depositati temporaneamente rispettando criteri quantitativi, temporali, di imballaggio, ed etichettatura, altrimenti lo stoccaggio di rifiuti deve essere autorizzato.	Art. 256 c.1 e c.2 Concorso con il soggetto qualificato nella commissione del reato Cassazione Penale sez.III, Sentenza 11 luglio 2013 n.29727 PER RIFIUTI NON PERICOLOSI Arresto fino ad 1 anno o ammenda fino a 26.000,00 € PER RIFIUTI PERICOLOSI Arresto fino a 2 anni e ammenda fino a 26.000,00 €.
Art. 198 c. 1 Compilare correttamente, datare e firmare il Formulario in 4 copie.	Art. 258 c. 4 Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 9.300,00 €.
Art. 188 c.2 lett. b) Accertarsi di ricevere entro 90 giorni la IV copia del Formulario e in caso di mancato ricevimento si ha l'obbligo di denuncia alla Provincia.	La responsabilità grava su tutti i soggetti della filiera anche per imprudenza imperizia o negligenza. PER RIFIUTI NON PERICOLOSI L. 689/1981 Art. 5 Concorso di persone. Quando più persone concorrono in una violazione amministrativa, ciascuna di esse soggiace alla sanzione per questa disposta, salvo che sia diversamente stabilito dalla legge. PER RIFIUTI PERICOLOSI Art. 110 c.p. Pena per concorso di reato. Quando più persone concorrono nel medesimo reato, ciascuna di esse soggiace alla pena per questo stabilita.
Art. 258 c. 5 Conservare la I e IV copia del Formulario per un minimo di 5 anni.	Art. 258 c. 5 Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 1.550,00 €.
Art. 190 Tenere e compilare correttamente il registro di carico e scarico (per i soggetti obbligati).	Art. 258 c.2 PER RIFIUTI NON PERICOLOSI Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 15.500,00 €. PER RIFIUTI PERICOLOSI Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 93.000,00 €.
Art. 258 c. 5 Conservare registro di carico e scarico per un minimo di 5 anni.	Art. 258 c. 5 Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 1.550,00 €.
Art. 189 c. 3 Presentare correttamente ed entro il 30 aprile di ogni anno il MUD.	Art. 258 c. 1 Sanzione amministrativa pecuniaria fino a 15.500,00 €.

*Si prega di consultare la legge citata, l'informativa è esposta in maniera semplificata.

Grazie alla consolidata rete di contatti aziendali di cui Adriatica Oli dispone sul territorio nazionale, l'impresa marchigiana riesce, con efficienza e tempestività, a gestire l'intera filiera dei rifiuti prodotti dalle mense, dalla produzione al destino finale.



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39 - 62010 Montecosaro (MC) - Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com



La consegna **dalla A alla Z**

Una supply chain efficiente è un requisito indispensabile per chi fa ristorazione, sia nel mondo della collettiva che della commerciale

di MLA

Tracciabilità, distanza di reperibilità, trasporto multi-temperatura e tempi di distribuzione rendono sempre più complessa la gestione della supply chain.

Non solo: le peculiarità dei prodotti alimentari incidono molto sull'attività logistica. Nell'ultimo decennio poi, la diffusione nella ristorazione collettiva di nuove tecniche di preparazione di pasti da veicolare e la crescente richiesta di prodotti a marchio tutelato, di filiera corta, bio e a km zero, contestualmente al proliferare di nuovi format quick service e fast casual (che puntano sulla qualità dei

menu offerti per soddisfare consumatori proiettati verso un pasto gourmet, genuino e sano), hanno imposto alle aziende che si occupano di SCM di garantire al mercato del foodservice la qualità massima, la conservazione più efficiente e la migliore reperibilità delle referenze: surgelate, fresche e secche che siano.

Un rapporto simbiotico

Di qui il ruolo fondamentale della logistica, che un lato deve rispondere alla richiesta di materie prime di livello via via più elevato da

parte dei committenti delle SRC e, dall'altro, alla necessità per i ristoratori di offrire un'ampia scelta di piatti che abbiano una qualità facilmente riconoscibile dal consumatore finale, per il quale essa rappresenta di per sé un valore aggiunto.

Garantire flessibilità (per adattarsi "proattivamente" ai cambiamenti del settore) e servizi standard con implementazioni personalizzate (ma economicamente competitive) operando nella massima sicurezza alimentare a tutela della salute pubblica e del singolo cittadino: sono queste alcune delle

esigenze irrinunciabili per chi gestisce gli approvvigionamenti nel mondo del fuori casa, in tutte le sue articolazioni.

Sullo sfondo, le aziende devono fare i conti con regole sempre più stringenti in termini di riduzione dell'impatto ambientale. Si pensi a norme e sistemi per decongestionare i centri storici delle città riducendo l'inquinamento (laddove spesso si concentrano le attività ristorative): dalle zone a traffico limitato ai ticket di ingresso, dalle targhe alterne ai blocchi del traffico, chi deve consegnare dei generi alimentari in-

contra ostacoli crescenti nello svolgimento della propria attività. Cliente e fornitore sono poi legati da un rapporto simbiotico: il trasporto è un fattore competitivo orizzontale e tutti i protagonisti di questo mercato sono impegnati nel miglioramento delle tecniche e dalle tecnologie, a partire da quelle in dotazione alla flotta di mezzi utilizzati: ecco allora i sistemi di controllo della medesima e di georeferenziazione per razionalizzare carico e "passaggi"; l'uso di sistemi informatici per la compilazione e la raccolta degli ordini da parte degli agenti; la gestione in radiofrequenza dei magazzini e l'implementazione di tutta l'informatica cloud mediante device digitali. Tutto ciò permette di abbattere i tempi di evasione di ordini e consegne, con un feedback più puntuale in caso di problemi e richieste last minute. Insomma: è l'hi-tech lo strumento centrale della moderna fornitura.

A ciascuno il suo modello

Ristorazione moderna, fast food, catene di ristoranti, hotel, gelaterie, campeggi, ma anche realtà più piccole come bar e ristoranti nei centri città: è questo il novero di clienti di **Svat**, la cui attività spazia dalla presa dei prodotti presso i fornitori al deposito, dal-

l'allestimento degli ordini alla consegna al punto vendita, articolandosi quindi sia in modalità 3PL (intesa come fornitura esterna di servizi: movimentazione, stoccaggio e distribuzione delle merci) che 4PL (attinente a quei servizi logistici integrati in modalità di partnership con l'azienda cliente).

"La maggior parte della nostra attività è rivolta alle catene", ci spiega il vicepresidente della società veronese **Stefano Tomasi**, che prosegue: *"Naturalmente, a seconda del cliente, variano sia le quantità di prodotti che la loro gamma: ai fast food consegniamo ad esempio anche il secco (cucchiaini, ketchup, etc.), mentre ad alcune realtà più piccole anche solo prodotti surgelati"*.

Proprio questi ultimi, in tutte le declinazioni possibili, stanno conoscendo la progressione più significativa a detta del nostro interlocutore, assieme alle referenze gluten free e al biologico.

Sotto il profilo dei mezzi impiegati, Svat effettua consegne sia di tipo Ftl (Full track load), cioè a pieno carico, che Ltl (Less than truck load), vale a dire a carico parziale. *"La nostra flotta è attrezzata in modo da gestire sia le consegne estere che quelle capillari nei centri città e utilizziamo sia mezzi alimentati a gasolio che a metano: stiamo infatti rinnovando il nostro*

SVAT

Anno fondazione: 1945

Addetti: 120 dipendenti

(più magazzinieri cooperativa e padroncini)

Consegne effettuate in un anno: 300.000 ordini

Centri logistici: 20

Clienti: oltre 1.000 totali; 100 ristorazione

Mezzi di trasporto: 300

Percentuale mezzi di proprietà: 25%

Fatturato: 61 Mio €



STEFANO TOMASI,
vicepresidente



parco con veicoli Euro 6. Non basta: anche i nostri magazzini frigoriferi sono ad elevata prestazione e basso impatto energetico, e abbiamo convertito a led tutta l'illuminazione. Infine, facciamo trasporti multi-temperatura in modo da sfruttare un mezzo unico per diversi tipi di consegne, e, per la stessa ragione, ricorriamo al groupage, consapevoli che meno mezzi impieghiamo meno consumiamo, con riverberi positivi non solo per i nostri costi di gestione ma per l'ambiente tutto".

Servizio curato nel dettaglio

Realtà altamente specializzata nel trasporto dei pasti, in grado di offrire la migliore qualità di servizio per le più svariate esigenze, sostenendo il cliente dalla progettazione fino all'effettivo realizzo, **Sotral** annovera tra i suoi clienti "le più grandi aziende del settore della ristorazione", come ci dice con orgoglio **Claudio Ghirelli**, amministratore delegato dell'azienda torinese. *"Ci proponiamo ai*

nostri clienti come partner logistico affidabile, con servizi curati nei minimi dettagli, capaci di soddisfare ogni necessità. Professionalità, sostenibilità, responsabilità sociale, trasparenza e massima legalità sono i tratti distintivi dei servizi che offriamo".

È soprattutto il mondo della sanità pubblica a registrare secondo il manager una notevole evoluzione, con la dismissione delle strutture interne e l'utilizzo sempre maggiore di centri cottura esterni, da cui deriva la necessità di gestire al meglio la parte logistica dell'attività ristorativa.

Sotral dispone di una flotta di 180 automezzi coibentati, dal Doblò all'Eurocarga 100: 20 sono in classe ambientale Euro 3, 45 in Euro 4, 70 in Euro 5 e in 45 Euro 6.

"Siamo consapevoli dell'impatto ambientale dei nostri servizi e, in coerenza con il sistema di gestione ambientale ISO14001:2004 e la Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD – Environmental Product Declarations), ci impegniamo a ridurlo al minimo", scandisce Ghirelli. Di qui una politica di mi-



Solo per i lettori più esigenti...



...Ristorando va sempre al cuore delle cose



10 numeri per 1000 pagine all'anno di news e indagini di settore in Italia, Europa e nel mondo, ampi dossier sui principali segmenti di mercato, interviste ai protagonisti della ristorazione, analisi del quadro normativo e fiscale di riferimento, monitoraggio completo degli appalti della ristorazione collettiva, attività delle associazioni di categoria, il listino prezzi aggiornato dei prodotti biologici, il calendario delle principali fiere del settore e molto altro ancora.



Per informazioni: Edifis Spa, Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano -
Tel. 023451230 - fax 02 3451231 - e-mail: info@edifis.it - www.edifis.it

SOTRAL

Anno fondazione: 1982

Addetti: 124 + 28 padroncini consorziati

Centri sul territorio: 44

Clienci: 16 grandi aziende

Mezzi di trasporto: 180 di cui 120 di proprietà

Fatturato: 5,35 Mio € (2017)



CLAUDIO GHIRELLI,
amministratore delegato



gioramento continuo basata soprattutto sulla valutazione di indicatori ambientali. A tal proposito, con cadenza mensile l'azienda fornisce al cliente i dati riferiti alle emissioni di CO2 per ogni singolo servizio svolto a suo favore.

Ma non basta: "Nell'ottica del miglioramento continuo abbiamo iniziato ad introdurre la filosofia dell'eco-driving.

A ciascun collaboratore addetto allo svolgimento dei servizi cerchiamo di trasferire il *modus operandi* unico e distintivo della 'guida ecologica', con conseguente incremento della sicurezza al volante, contenimento delle emissioni e aumento del risparmio energetico", chiosa l'Ad.

Un parco mezzi sempre più vario

"Per la maggior parte abbiamo clienti nella Gdo, che serviamo con i nostri semirimorchi SR2 e con le celle isotermeche di grandi volumi, montate su motrici di veicoli industriali direttamente presso le piattaforme logistiche", così

esordisce **Ismaele Iaconi**, commercial & marketing director di **Lamberet Italia**, costola del gruppo francese specialista dei veicoli frigoriferi, con una gamma adattata a tutti i mezzi di trasporto: casse e rimorchi, furgoni, pianali e telai cabina per i veicoli utilitari; casse per camion, camion rimorchi, semirimorchi e container mobili per i veicoli industriali.

"Dalle piattaforme il processo di mantenimento della catena del freddo viene poi assicurato da vettori che trasportano dalle stesse fino ai ristoranti", riprende il manager.

Nell'ultimo periodo poi, l'azienda sta registrando una sempre maggiore richiesta anche dalla piccola distribuzione all'interno delle città, dove Lamberet serve piccoli negozi alimentari, pescherie, salumerie, eccetera, con veicoli commerciali di taglia ridotta, su cui vengono installate delle celle isotermeche.

"A loro volta, i ristoranti vengono approvvigionati da vettori che rispondono a questi negozi, che hanno veicoli adatti al trasporto

a temperatura controllata; punti di vendita che serviamo con le nostre applicazioni isotermeche", prosegue Iaconi.

Che poi riprende: "Serviamo altresì direttamente i ristoranti con le nostre soluzioni, quelli che vogliono essere indipendenti e approvvigionarsi loro stessi di materie alimentari per svolgere le proprie attività primarie.

Molto spesso questa esigenza coincide con quei locali che fanno anche catering, oppure degustazioni a casa dei loro clienti, in quanto stellati".

Allo stesso tempo, riuscendo a coprire volumi molto variabili, da uno a 100 metri cubi, l'azienda è in grado di soddisfare le esigenze delle catene che necessitano di forniture complete.

In particolare, "abbiamo sviluppato delle soluzioni multi-temperatura per la ristorazione collettiva, trasportando secco, fresco e surgelato insieme ma in comparti isolati, costruiti ad hoc per una migliore efficienza nel carico e scarico delle merci".

Assai vario il parco mezzi dell'impresa di Lainate, a nord di Milano: si va dal semirimorchio Lamberet SR2, ideale per far arrivare le merci nei pressi delle aree metropolitane, alle celle isotermeche installate su motrici di veicoli industriali, oppure alle celle più piccole New Frigoline, installate sui mezzi commerciali, adatte alla distribuzione all'interno delle aree cittadine o nelle zone rurali.

Si tratta di veicoli che si sposano perfettamente con le esigenze di mobilità ecosostenibile: "Con Renault, ad esempio, sul modello Kangoo ZE abbiamo sviluppato le pile celle combustibile che alimentano il gruppo frigorifero elettrico (il Kerstner di nostra produzione) e il motore elettrico del veicolo commerciale, aumentandone l'efficienza in termini di chilometri percorsi.

Per le motrici da veicolo industriale abbiamo ideato invece delle soluzioni criogeniche, e per i semirimorchi Lamberet SR2 una soluzione ad azoto liquido con il colosso Air Liquide", chiosa Iaconi.

LAMBERET ITALIA

Anno fondazione: Lamberet Group France 1935;
Lamberet Italia 1991

Addetti: 1.200 in Europa; 35 in Italia
Produzioni: 7.300 veicoli frigoriferi (2017)

Vendite (Italia): 1.100 veicoli frigoriferi
(49% semirimorchi; 51% autocarri e VLC)

Siti produttivi: 4 più 10 agenzie-service

Numero clienti: oltre 1.000 all'anno solo in Italia
(logistica e autotrasportatori)

Fatturato: 205 Mio € Lamberet Group; 40 Mio € Lamberet Italia



ISMAELE IACONI,
commercial & marketing
director



Sempre più performanti

Consumi, efficienza energetica e connettività: ecco le sfide con cui si stanno confrontando i moderni impianti per il lavaggio delle stoviglie

a cura di A. Anderloni e C. Lovisatti

Nel settembre 2015 pubblicammo su *Ristorando* uno studio analitico sul mondo del lavaggio delle stoviglie fornendo anche alcuni spunti sui criteri di valutazione per una scelta ragionata di prodotto.

Ma tre anni oggi rappresentano anche nel mondo delle attrezzature professionali, quasi un passaggio generazionale.

Riteniamo quindi di fare cosa utile ai nostri lettori riprendendo l'argomento con una sintesi delle principali linee di tendenza, così come abbiamo anche avuto modo di analizzare a Milano in occasione della scorsa edizione di **Host**, indubbiamente oggi la più esaustiva manifestazione a livello mondiale per le attrezzature del settore. Vorremmo focalizzare l'attenzione su otto punti salienti:

- Ampiezza e profondità dell'offerta
- Energia
- Acqua e detersivi
- Igiene delle stoviglie
- Pulizia macchine
- Usability
- Connectivity
- Ambiente di lavoro



Ampiezza e profondità delle gamme

Chi voglia approcciare oggi l'acquisto di una lavastoviglie potrà farlo contando sulla presenza di una offerta estremamente articolata in un contesto competitivo particolarmente dinamico.

L'Italia, non dimentichiamolo, è il principale produttore europeo e tra i primi al mondo come volumi di macchine prodotte.

Rispondere ad una domanda globale nella dimensione ma fortemente differenziata nelle esigenze ha offerto alle aziende la possibilità di segmentare ed articolare la propria offerta sia in chiave di gamme proposte che di varianti disponibili su ciascuna tipologia di prodotto.

Gli investimenti effettuati a livello di tecnologie di processo produttivo consentono oggi di offrire un prodotto che, soprattutto sulle medie-grosse "cilindrate", è praticamente realizzabile specificamente sulle esigenze di ciascun cliente.

Chi è Efcem Italia

Efcem Italia è l'Associazione che, in seno a Ceced Italia - Associazione Nazionale Produttori di Apparecchi Domestici e Professionali - riunisce le imprese del settore professionale e rappresenta l'Italia nell'ambito di **Efcem** - European federation of catering Equipment Manufacturers - un comparto industriale delle apparecchiature professionali per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 4 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione che supera l'70%.

I numeri di Efcem Europe

Efcem (European Federation of Catering Equipment Manufacturers) rappresenta i produttori di attrezzature per le cucine professionali. Il fatturato totale delle 550 società rappresentate dalle associazioni nazionali EFCM ammonta a oltre 3.600 milioni di euro e i loro prodotti vanno dagli utensili alle combinazioni professionali per le cucine.

Energia

La riduzione dei consumi energetici rimane uno dei punti focali anche per il mondo del lavaggio stoviglie. Isolamenti termici sempre più efficaci e, soprattutto, impianti sempre più sofisticati di recupero energetico stanno dando eccellenti ritorni sull'abbattimento dei consumi, ferma restando la imprescindibile necessità di garantire corrette temperature di lavaggio e risciacquo.

Particolare attenzione viene inoltre posta nella gestione energetica delle fasi di attesa tra i diversi cicli successivi.

La classificazione energetica delle macchine, strumento comunque fondamentale per consentire all'utente un corretto ed immediato confronto tra le diverse offerte, ancora non è una realtà per le lavastoviglie.

I lavori per la definizione degli standard di efficienza energetica vedono Efcem Italia, l'Associazione italiana dei produttori di attrezzature professionali per la ristorazione.

unitamente all'associazione Europea dei produttori, Efcem Europe, fortemente impegnate con l'obiettivo di giungere alla conclusione dei lavori entro il 2019.

Oggi i soli riferimenti cui potersi confrontare sono la norma EN 50593 utile ai fini progettuali ma di non immediata fruibilità per l'utente.

Acqua e detersivi

La pulizia di un cestello di piatti in una lavastoviglie professionale richiede oggi per il solo risciacquo da 1,5 a 3 litri d'acqua pulita. Considerando i milioni di pasti quotidianamente consumati solo in Italia nella ristorazione collettiva ed aggiungendo quanto utilizzato

nei bar e negli altri pubblici esercizi, appare evidente che quello della ottimizzazione nell'utilizzo delle risorse idriche sia una delle grandi sfide che i costruttori hanno raccolto. Gli sforzi compiuti, anche attraverso una continua ricerca e perfezionamento dei circuiti di lavaggio e risciacquo, hanno prodotto significative riduzioni dei consumi, ferme restando le imprescindibili prestazioni di pulizia richieste. Anche più complesso il tema delle acque di scarico e la necessità di un lavoro sempre più integrato tra produttori di macchine e produttori di detersivi per ottimizzare i risultati e minimizzare gli inquinamenti.

Le esigenze, infine, di ottenere un "pulito di alta qualità" anche sotto il profilo estetico impone una sempre maggior attenzione alle caratteristiche dell'acqua e lo studio di adeguati impianti di pre trattamento.

Igiene delle stoviglie

Un risultato di pulizia eccellente delle stoviglie è ovviamente la ragion d'essere della macchina.

Ricordiamo che i livelli di pulizia cui possiamo riferirci sono sostanzialmente tre:

- Rimozione dei residui di cibo
- Sanitizzazione, ovvero significativa riduzione delle componenti batteriche presenti sul piatto
- Sterilizzazione, ovvero eliminazione completa delle componenti batteriche.



La definizione di uno standard di riferimento è oggi uno dei più importanti progetti cui le associazioni dei produttori sono impegnate. A livello europeo sono in fase di definizione gli standards di misurazione della rimozione dei residui, dei detergenti e di abbattimento della carica batterica presenti sulle stoviglie. Un gruppo di lavoro dedicato opera all'interno di Efcem Italia per portare il fondamentale contributo dei produttori Italiani alla futura norma europea.

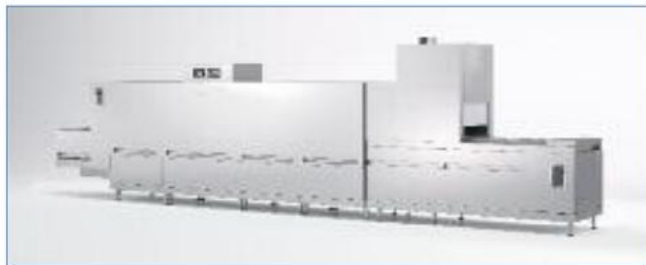
COMENDA



ANDREA BERTONE,
direttore generale
e commerciale
di Comenda Ali

Le lavastoviglie a traino e a nastro di Comenda della serie AC3 e NE3 garantiscono ottimi risultati, con consumi ridotti. Il sistema Multirinse® riduce drasticamente l'utilizzo di acqua: solo 33 litri per il risciacquo di 1000 piatti con la serie NE3! Sono macchine modulari e si adattano perfettamente ad ogni esigenza. Inoltre, sono predisposte per Industry 4.0 e permettono di accedere all'iper ammortamento del 250%. L'innovativa tecnologia E5 PLC, disponibile per tutte le lavastoviglie a tunnel

di Comenda, consente di monitorare da remoto e in tempo reale il funzionamento e i consumi della lavastoviglie a tunnel. È possibile gestire qualsiasi anomalia ed evitare i fermi macchina. Comenda Serie AC3 e NE3 sono la soluzione che rivolgiamo a ristoranti, mense, alberghi e inflight catering.



Best Seller: Lavastoviglie a traino Comenda Serie AC2

Soluzione Small: Lavastoviglie frontale Comenda Linea Prime modello PF45

Soluzione Medium: Lavastoviglie a capote Comenda Hi-Line; lava pentole Comenda Serie GE

Soluzione Large: Lavastoviglie a nastro Comenda Serie NE

Export sul totale (%): 70%

Mercati esteri più promettenti: Francia, Spagna, Inghilterra, Germania e Paesi scandinavi, Australia, Sud Africa e Argentina

KRUPPS



ENRICO SCANAVIN,
direttore commerciale
di Krupps

Le lavastoviglie 4.0 Krupps offrono la possibilità di accedere alle agevolazioni legate all'Iper-Ammortamento del +250%, permettendo di sfruttare al massimo l'investimento su prodotti altamente performanti e semplici nell'utilizzo. Il display touch UNIKO assicura la facilità nella scelta del miglior lavaggio, permettendo di scegliere il ciclo più adatto ed abbattere consumi e training del personale. IKLOUD, il sistema di controllo tramite Wi-Fi, offre la possibilità di connettere direttamente il Centro di Assistenza Tecnica e la lavastoviglie, per poter agire in real-time. Servizio impeccabile e controllo, per monitorare costantemente la lavastoviglie, prevenendo i fermi macchina e riducendo al massimo i consumi. Maggiore efficienza e migliore gestione per ottimizzare la propria scelta e risparmiare sui costi della lavastoviglie, allungando il suo ciclo di vita.



Best Seller: EL51E - Lavastoviglie sottobanco con Acquatech System, display UNIKO touch e connessione Wi-Fi ad IKLOUD

Soluzione Small: EL42E Lavabicchieri con Acquatech System, display UNIKO touch e connessione Wi-Fi ad IKLOUD + Sistema ad Osmosi Inversa per bicchieri perfetti

Soluzione Medium: EL51E - Lavastoviglie sottobanco con Acquatech System, display UNIKO touch superiore e connessione Wi-Fi ad IKLOUD

Soluzione Large: EL62TH - Lavastoviglie a capotta con Acquatech System, display UNIKO touch e connessione Wi-Fi ad IKLOUD

Giro d'affari 2017 (euro): 13 mln

Export sul totale: 70%

Mercati esteri più promettenti: USA, Canada, Russia

Pulizia delle macchine lavastoviglie

Un altro tema su cui si è ulteriormente concentrata l'attenzione è quello del lavaggio delle macchine a fine servizio con l'obiettivo di garantire il raggiungimento di elevati standard igienici e contestualmente ridurre i tempi necessari per la pulizia.

Parti interne arrotondate, riduzione al minimo delle aree non raggiunte dai getti di lavaggio e risciacquo, pompe e circuiti autosvuotanti unitamente a cicli appositamente studiati per il lavaggio macchina a fine servizio segnano certamente una significativa evoluzione delle ultime generazioni delle macchine.

Usability

L'evoluzione continua dei sistemi informatici a bordo macchina si



sta muovendo secondo tre principali direttrici:

- Rendere la macchina sempre più semplice da utilizzare, automatizzando anche tutte le operazioni di avvio e messa a regime. Uno sforzo particolare è stato posto nel creare interfacce utente di semplice ed immediata lettura anche utilizzando codici colore di universale riconoscimento.
- Inserire funzioni di autoanalisi sempre più sofisticate atte a garantire che lo svolgimento dei cicli di lavaggio avvenga costantemente nelle condizioni ottimali e segnalando qualsiasi anomalia che le pregiudichi.
- Interattività macchina - prodotti da lavare: rappresenta certamente la prossima frontiera dell'automazione. Già oggi troviamo alcune proposte che subordinano l'avvio del ciclo alla verifica di alcuni parametri quali il corretto caricamento del cestello ed adattano il ciclo al riconoscimento della tipologia di cestello inserita.

Ambiente di lavoro

- Caos, rumore, residui di alimenti e pessimo microclima avevano in passato connotato l'area lavaggio stoviglie. Oggi anche per impianti di piccole e medie dimensioni è sempre opportuno avvalersi di una corretta progettazione che garantisca il miglior flusso del lavoro;
- di sistemi che consentano la gestione integrata dei rifiuti e delle macchine di lavaggio;
 - l'utilizzo di macchine con sistemi di abbattimento delle fumane e di recupero energetico.

Una corretta progettazione consente di ottenere risultati eccellenti uniti anche a significativi recuperi energetici ed ottimizzazione nell'impiego delle risorse umane.

Connectivity

L'intero mondo delle attrezzature per la ristorazione sta lavorando per consentire la connettività delle attrezzature:

- Tra loro all'interno del singolo impianto, la finalità principale oggi è l'ottimizzazione integrata dei consumi energetici, l'eliminazione dei picchi di consumo ed il miglior sfruttamento ove possibile delle fasce orarie di minor costo dell'energia.
- Con i servizi post vendita locali che hanno in carico le attrezzature per la rilevazione immediata di anomalie di funzionamento, ricerca guasti e conseguente pianificazione mirata degli interventi. Indub-



biamente i prossimi passaggi consentiranno la gestione da remoto di tutta una serie di tarature e settaggi delle macchine.

- Vuoi a livello locale che remoto si potrà, ed in parte già ora si può, effettuare tutte le verifiche, la raccolta ed archiviazione dati coerenti con i dettami delle normativa Haccp. Guardando al futuro, con lo sviluppo di queste opportunità si è immediatamente posto il tema della definizione di uno standard mondiale che in futuro possa consentire il dialogo informatico tra attrezzature di diversi produttori e in diversi paesi. Efcem Europe ha promosso, all'interno del global summit che riunisce i principali paesi produttori a livello mondiale, un ambizioso progetto che nel giro del prossimo triennio dovrà portare alla definizione anche di questi parametri.

COMUNICARE È IMPORTANTE

basta scegliere il mezzo giusto



la pubblicità su **Ristorando** vale di più perché è una rivista letta con interesse dalla prima all'ultima pagina e tra i suoi molti lettori ci sono tutti i tuoi clienti.



MEIKO ITALIA



ERIC WEISS,
managing director
Meiko Italia

Le lavastoviglie MEIKO M-iClean fissano nuovi standard in termini di economicità e risultati di lavaggio garantendo i requisiti indispensabili nella prassi di lavoro quotidiana: perfetta pulizia, igiene e brillantezza; costi minori grazie ai consumi inferiori di acqua, energia e detergenti. La lavastoviglie sottobanco MEIKO M-iClean US, per esempio, registra un consumo d'acqua pari a 1,9 l./cesto, mentre, con il sistema AirConcept, si può ridurre il consumo di energia fino al 15%. La nuova lavastoviglie a capote MEIKO M-iClean HM riduce i tempi di lavaggio fino a 30 minuti al giorno, i costi di personale, di esercizio e il consumo di detergenti. I tempi di asciugatura sono notevolmente inferiori grazie al tavolo di asciugatura con ventola e il consumo d'acqua è pari a 2,4 l./cesto. Inoltre, grazie al pacchetto EnergiaPura, si ha un risparmio di energia pari al 21%.



Best Seller: Lavabicchieri e lavastoviglie MEIKO M-iClean UM GiO + Lavaoggetti universale MEIKO FV 130.2 + Lavaoggetti universale MEIKO FV 250.2

Soluzione Small: Lavabicchieri e lavastoviglie MEIKO M-iClean UM GiO & Lavabicchieri e lavastoviglie MEIKO M-iClean UM+

Soluzione Medium: Lavastoviglie a capote MEIKO DV 80.2 GiO & Lavastoviglie e lavacontenitori a capote MEIKO DV 125.2 GiO

Soluzione Large: Sistemi di lavaggio a cesto trascinato MEIKO Upster K & Sistemi di lavaggio con nastro trasportatore MEIKO M-iQ

Giro d'affari 2017 (euro): circa 10 mln

Export sul totale: 10%

Mercati esteri più promettenti: Grecia, Cipro, Spagna

WINTERHALTER ITALIA



PIERLUIGI PERONI,
direttore commerciale
Winterhalter Italia

Stoviglie perfettamente pulite e brillanti sono un must nel settore della ristorazione.

Così come i vostri ospiti si affidano e scelgono la qualità delle vostre creazioni, così anche voi dovete poter fare affidamento sulle attrezzature che utilizzate. Winterhalter, specialista del settore, sa esattamente ciò di cui avete bisogno e conosce le vostre vere necessità. Elevate prestazioni prima di tutto, ma anche un occhio di riguardo agli sprechi e ai costi di gestione. Winterhalter pensa anche a questo:

nella versione Energy, presente in tutte le nostre macchine, un piccolo scambiatore di calore aspira il vapore prodotto all'interno della lavastoviglie e la sua energia viene utilizzata per riscaldare l'acqua fredda in entrata. Questo si traduce in minori consumi, costi operativi minori e miglior ambiente di lavoro per i vostri dipendenti.



Best Seller: UC-M

Soluzione Small: Serie UC (UC-S e UC-M soprattutto per banco bar UC-L-UC-XL per le cucine)

Soluzione Medium: (Serie PT che si divide in PT-500 PT-M PT-L PT-XL Serie UF (più grande) che si divide UF-M UF-L UF-XL)

Soluzione Large: (Ad avanzamento automatico a cestelli e a nastro STR ed MT)

Giro d'affari 2017 (euro): 13,17 mln



Foodservice e retail a confronto

Si è appena conclusa con successo la prima edizione del Retail Award Italy organizzata dalla nostra casa editrice e dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali. Ecco i vincitori

Una cerimonia in grande stile ha sottolineato la riuscita della prima edizione dei **Retail Award Italy**. All'interno della cornice del **Four Seasons Hotel** di Milano, nel cuore della moda e del glamour, si è tenuta lo scorso 24 maggio la premiazione dei dieci vincitori, a cui si sono aggiunte due menzioni speciali, scelti dalle giurie fra 110 finalisti. Il gala dinner organizzato dal Consiglio nazionale dei centri commerciali (Cncc) e da **retail&food** che insieme a **Ristorando** e ad **Artù** costruiscono il formidabile terzetto di magazine che la nostra casa editrice dedica al foodservice, ha voluto innanzitutto essere un momento d'incontro per gli operatori nazionali e internazionali del mercato retail RE, già impegnati nella due giorni di **Mapic Italy** e **Mapic Food & Beverage**. Di fronte a un parterre di 300 ospiti allietati da un sottofondo jazz, si sono alternate sul palco numerose figure di spicco del settore, spesso in qualità di giurati, che hanno certificato il dinamismo del retail in Italia attraverso un'indagine approfondita considerata la qualità dei partecipanti. Grazie anche al lavoro delle più rappresentative associazioni di categoria (**AIGRIM**, **ATRI**, **Federfranchising** e **Assotemporary**), titolari e manager affermati hanno potuto conoscere e incontrare vecchi amici, nuovi clienti e fornitori, concorrenti e landlord delle più importanti piazze del retail: centri commerciali, aeroporti, stazioni ferroviarie, outlet village. L'evento ha messo in evidenza che le catene del retail attive nel nostro Paese sono tante, molto diverse per storia, numeri e canali di sviluppo. Ad accomunarle, però, le qualità necessarie per raccontare ogni storia di successo: la professionalità, la serietà e la grande attenzione al prodotto, alle tecnologie e all'ambiente.



I numeri del RAI 2018

10 Le categorie premiate
(più due menzioni speciali)

I brand finalisti su un
totale di 120 candidature **110**

30 I giurati che hanno valutato
e scelto i vincitori

Gli invitati al
gala dinner allestito
al Four Seasons
di Milano **300**

13 Gli sponsor dell'evento

Le associazioni partner del concorso:
Aigrim, **AssoTemporary**,
Atri e **Federfranchising**

4

Terranova



Per la capacità di coniugare in maniera moderna e innovativa le aspettative di ogni fascia di età, proponendo un mix moderno di contenuto moda che esce dai canoni classici per abbracciare il terzo millennio. A ritirare il premio: Andrea Baffoni, development manager di Teddy Group, e Roberto Pimpinelli, responsabile sviluppo di Teddy Group.

Calliope

Un brand dalle solide radici italiane che ha saputo ramificarsi a livello globale senza mai perdere di vista la mission del Gruppo basata su: etica, innovazione e formazione. In sintesi, una cultura industriale a tutto tondo. Sul palco: Andrea Baffoni, development manager di Teddy Group e Roberto Pimpinelli, responsabile sviluppo di Teddy Group.



Pandora

Per la capacità di realizzare uno sviluppo esemplare sia in città che nei mall, dove si è imposta come destination store. Il tutto grazie a un prodotto originale, a forte contenuto di stile, all'appeal di un marchio unico e alla capacità di intercettare diverse esigenze d'acquisto. Sul palco: Claudia Bernanrdo, retail development specialist di Pandora, e Luca Lunardi, retail business development manager southern Europe di Pandora.



Centro Medico Santagostino

Per l'innovazione della sua formula che avvicina il cliente al mondo della cura e stimola la prevenzione, proponendo un'ampia gamma di servizi altamente professionali a costi competitivi. E per l'adattabilità del format che permette di concentrare in uno spazio relativamente ridotto la propria offerta. Il premio vuole anche essere uno sprone per gli altri operatori del settore, affinché contribuiscano all'evoluzione di mall e centri commerciali trasformandoli in luoghi dove poter usufruire di servizi ad alto valore aggiunto. Il riconoscimento è consegnato a: Luca Foresti, ceo di Centro Medico Santagostino, ed Eva De Col, responsabile nuove aperture di Centro Medico Santagostino.



Maxi Zoo Italia



Per la forte identità dell'insegna, il vasto assortimento di prodotti, la presenza web orientata alla fidelizzazione del cliente, il presidio del territorio con oltre 90 punti vendita concentrati al centro nord e un piano di sviluppo di 200 aperture sul territorio nazionale. Non ultimo, per la versatilità del format: dai 600 ai 1.200 metri quadri. Il riconoscimento è consegnato a: Stefania Coccia, brand manager private label di Maxi Zoo, e Claudia Mudu, digital & communication implementer di Maxi Zoo.

Ciocolatitaliani

Per la capacità del brand di promuovere l'italianità e per il know how declinato in tutte le varianti connesse al cioccolato. Per il presidio della filiera, lo show-cooking e la "Fabbrica del cioccolato" in cui le tecniche di produzione e preparazione del prodotto vengono mostrate anche ai più giovani contribuendo così alla valorizzazione del brand. Si unisce a ciò un piano di sviluppo ambizioso che mira a incentivare la fruizione locale rispetto alla multicanalità, garantendo così la trasmissione del concetto di qualità attraverso l'esperienza. A ritirare il premio: Vincenzo Ferrieri, ceo di Ciocolatitaliani e Giovanni Ferrieri, imprenditore di Ciocolatitaliani.



Carrefour Express

Per l'attenzione ai bisogni dell'utenza contemporanea capace di generare brand awareness. Una rivisitazione qualitativa, integrata e innovativa del servizio di prossimità con interessanti potenzialità anche nella replicabilità del format urbano in differenti ambiti consolidati di offerta. Per il consumatore questo si traduce nell'opportunità di unire l'utile al dilettevole, la spesa ai servizi, sperimentando l'emozione dello smart living. Sul palco: John Agostini, convenience store director di Carrefour Italia, e Roberto Simonetto, direttore vendite di Carrefour Market.



SBS



Per la spiccata adattabilità, sia nelle dimensioni che nell'assortimento merceologico, e per l'immagine moderna e piacevole del punto vendita che privilegia la possibilità di interazione della clientela con il prodotto esposto. A ritirare il premio: Cristina Veit, retail manager di Sbs e Leonardo Santoro, responsabile del personale di Sbs.

Toasteria italiana



Per essere riusciti a coniugare in un format innovativo e accattivante un prodotto tipico della nostra alimentazione: il toast. Declinandolo in una serie di rivisitazioni capaci di soddisfare i clienti che cercano una ristorazione veloce ma di qualità in ambiente piacevole, accogliente e informale, capace di adattarsi a diverse canali di sviluppo senza mai perdere la propria identità. Il riconoscimento è consegnato a: Angela Aricò, business development manager marketing di Toasteria Italiana, e Mariano Triunfo, amministratore di Atf Franchising Network.

Antica Focacceria San Francesco

Un esempio di innovazione dal punto di vista dell'offerta, del mix di prodotto e dell'immagine che bene coniuga italianità, modernità nel design, armonia e riconoscibilità. A tutto questo si aggiungono spiccate doti di flessibilità e adattabilità in spazi e aree commerciali di diversa natura. Sul palco: Claudio Baitelli, general manager FC Retail Spa, e Emilio Fiorani, retail foodservice executive director di Cir food.



MENZIONE SPECIALE

EURONICS

Per l'impegno, gli investimenti e le acquisizioni del Gruppo, volti a una crescita ponderata e sostenibile nella vendita di elettronica di consumo all'interno degli store fisici, con particolare riguardo ai nuovi format urbani, in sinergia con le strategie online. A ricevere la menzione: Emanuela Formicola, head of digital di Euronics, e Guglielmo Orlandi, direttore amministrazione e finanza di Euronics.

CONAD

Per la capacità di innovarsi conservando la tradizione. Completezza e innovazione dell'offerta, servizio clienti e sostenibilità sono fra le caratteristiche ritenute strategiche per il suo successo commerciale e la fiducia accordata dai propri clienti. Inoltre, una scelta ampia di proposte, valori etici e nuovi concept dimostrano la vitalità del brand sempre capace di rigenerarsi. A ricevere la menzione: Domenico Patella, responsabile immobiliare e acquisti di Conad.

LA BORSA DEI BIOLOGICI

di Roberto Giannone

Un aiuto concreto per le pubbliche amministrazioni e le aziende che, con l'introduzione obbligatoria dei prodotti biologici nei menu delle mense scolastiche e degli ospedali, ne devono stimare e prevedere i costi

La Borsa di questo mese si presenta alquanto movimentata. L'andamento dei prezzi degli ortofrutticoli freschi e di alcune categorie merceologiche, registra aumenti e diminuzioni quasi per tutti i prodotti anche se di lieve entità. Tra gli orticoli freschi i prodotti che subiscono un aumento i carciofi, le carote, il cavolo broccolo e il cavolo verza, la cicoria catalogna e le cime di rapa. In aumento anche il gruppo delle cipolle, delle lattughe nelle varietà Gentile e Trocadero, delle patate novelle, dei pomodori nelle varietà a grappolo e insalata, del radicchio, del sedano verde e della zucca gialla. Invece tra i prodotti che registrano una diminuzione di costo troviamo l'aglio bianco secco, gli asparagi, il basilico, la bietola a costa, il cavolfiore e il cavolo cappuccio bianco. In diminuzione anche il prezzo dei fagiolini, dei finocchi, dell'indivia scarola, della lattuga Cappuccia e della lattuga Romana. Infine, in diminuzione anche le patate a pasta

bianca e a pasta gialla, i peperoni nei diversi colori, pomodorini Cherry e datterino, porri e le zucchine medie. Tra i prodotti frutticoli che registrano aumenti troviamo i limoni, le mele Stark Delicious, le pere Kaiser, i kiwi e i pompelmi. Diminuzioni di prezzo si riscontrano anche per le mele Golden e Royal Gala e per le pere nelle varietà Conference e Abate. Per le altre categorie merceologiche si segnala la diminuzione di costo per le carote a disco e a cubetti surgelate. Più significativa appare la diminuzione di prezzo per il settore delle carni. Tra le carni rosse i tagli con prezzi in diminuzione sono: la polpa di bovino adulto, il girello, la fesa e la noce. Tra le carni bianche vi sono la coscia di tacchina, la braciola di suino, le cosce e il petto di pollo intero. In aumento invece i fusi di pollo. Per quanto riguarda le percentuali di scostamento tra i prodotti bio e i prodotti convenzionali, prevalgono le percentuali in diminuzione.



METODO DI RILEVAZIONE

I prezzi medi dei prodotti biologici (iva esclusa) che vengono riportati, rilevati da Ristorando, sono il risultato dell'elaborazione di una serie di dati raccolti presso diverse fonti, quali i ribassi praticati dalle ditte nelle gare di appalto, i prezzi di acquisto forniti da aziende di ristorazione, i valori indicati nelle colonne prevalenti dei mercuriali di quei pochi mercati ortofrutticoli che li forniscono, i prezzi indicati dalle aziende produttrici o di trasformazione e altre fonti che consultiamo di volta in volta.

Dall'elaborazione di tutti questi dati viene ricavato un prezzo medio per ciascun prodotto che a sua volta viene confrontato con il prezzo medio del corrispondente prodotto convenzionale riportato dalle fonti ufficiali, ovvero dai mercuriali dei maggiori mercati ortofrutticoli italiani, dai listini di alcune camere di commercio e dalle percentuali di sconto praticate dalle ditte nelle gare di appalto per la gestione dei servizi di ristorazione, ed infine dalla media dei prezzi Consip e dalla media dei prezzi riportati dall'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Dal confronto dei prezzi così ottenuti, viene ricavata la percentuale di scostamento tra le due tipologie di prodotti. I prezzi riportati non hanno un valore assoluto ma sono indicativi della tendenza del mercato nel settore della ristorazione collettiva.

Al fine di rendere più immediatamente leggibile la tabella viene fornita la seguente legenda:

Prov. = provenienza

N = nazionale

I = Italia

E = Estero

Conf. = Tipo di confezione

u/m = unità di misura

p.m. = prezzo medio dei prodotti bio al kg o al litro

% = variazioni in più o in meno dei prodotti biologici rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali

n.r. Non rilevato per non reperibilità del prodotto convenzionale corrispondente

ORTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Aglio bianco secco	E	In sacchi	kg	4,32	29,07
Asparagi verdi	N	In mazzi	kg	3,77	46,99
Basilico	N	In mazzi	kg	5,42	62,50
Bietola a costa	N	In casse	kg	1,25	46,88
Carciofi	N	In casse	pz	0,44	59,09
Carote alla rinfusa	N	In casse	kg	1,37	60,87
Cavolfiore	N	In casse	kg	1,25	44,70
Cavolo broccolo	N	In casse	kg	1,18	41,20
Cavolo cappuccio bianco	N	In casse	kg	0,99	44,99
Cavolo verza	N	In casse	kg	0,86	21,93
Cicoria catalogna	N	In casse	kg	1,15	43,27
Cime di rapa	N	In casse	kg	1,98	40,50
Cipolle bianche	N	In casse	kg	0,94	61,20
Cipolle dorate	N	In casse	kg	0,93	62,73
Cipolle rosse tonde	E	In casse	kg	1,04	65,53
Cipollotti	N	In casse	kg	0,90	45,95
Erbette e odori	N	In casse	kg	1,86	15,10
Fagiolini alla rinfusa	N	In casse	kg	2,33	19,66
Finocchi	N	In casse	kg	1,36	13,53
Indivia Scarola	N	In casse	kg	1,64	47,23
Lattuga Canasta	N	In casse	kg	1,88	54,96
Lattuga Cappuccia	N	In casse	kg	1,95	66,43
Lattuga Gentile	N	In casse	kg	2,02	67,34
Lattuga Romana	N	In casse	kg	1,88	58,45
Lattuga Trocadero	N	In casse	kg	1,78	37,18
Melanzane	N	In casse	kg	1,55	36,73
Patate novelle	N	In casse	kg	1,00	64,38
Patate pasta bianca	N	In casse	kg	0,83	20,00
Patate pasta gialla	N	In casse	kg	1,05	39,56
Peperoni	N	In casse	kg	2,23	38,29
Pomodori cherry	N	In casse	kg	2,77	42,25
Pomodoro grappolo	N	In casse	kg	1,93	34,92
Pomodoro insalatato	N	In casse	kg	2,15	37,59
Pomodori datterino	N	In casse	kg	2,24	54,48
Porri	N	In casse	kg	1,58	31,03
Prezzemolo	N	In casse	kg	6,80	38,25
Radicchio pan di zucchero	N	In mazzi	kg	1,45	36,02
Radicchio tipo Chioggia	N	In mazzi	kg	2,07	41,23
Rucola a mazzi	N	In casse	kg	2,83	28,21
Sedano verde	N	In casse	kg	1,50	65,76
Spinaci	N	In casse	kg	1,27	34,75
Zucca gialla	N	In casse	kg	1,28	35,69
Zucchine medie	E	In casse	kg	1,85	54,76

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Ananas	E	In cartoni	kg	1,85	52,05
Arance Valencia	N	In casse	kg	1,50	22,95
Banane	E	In cartoni	kg	1,82	62,49
Banane "equosolidali"	E	In cartoni	kg	2,11	n.r.
Limoni primo fiore	N	In casse	kg	1,24	15,78
Mele Golden 70/80	N	In casse	kg	1,62	51,88

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Mele Stark Delicious	N	In casse	kg	1,65	43,48
Mele Royal Gala	N	In casse	kg	1,71	50,38
Nespole		In casse	kg	2,88	50,26
Noci in guscio	N	In sacchi	kg	5,38	35,05
Pere Abate	E	In casse	kg	1,60	22,53
Pere Conference	N	In casse	kg	1,92	43,40
Pere Kaiser	E	In casse	kg	1,70	21,94
Kiwi	E	In casse	kg	1,93	38,32
Pompelmi	E	In casse monostrato	kg	1,40	28,24
Uva bianca da tavola	E	In casse monostrato	kg	2,20	20,86
Uva nera da tavola	E	In casse monostrato	kg	2,33	26,82

ORTAGGI SURGELATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Carote disco	N	Sacchetto	kg	1,47	54,51
Carote cubetti	N	Sacchetto	kg	1,47	54,51
Fagiolini	N	Sacchetto	kg	1,59	40,46
Minestrone 12 verdure	N	Sacchetto	kg	1,56	38,54
Spinaci	N	Sacchetto	kg	1,50	45,44
Patate cubetti	N	Sacchetto	kg	1,42	38,21
Piselli fini	N	Sacchetto	kg	1,65	23,07
Zucchine disco	N	Sacchetto	kg	1,54	36,88

LATTICINI E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Burro	N	Carta	kg	4,20	10,47
Crescenza Dop	N	Sottovuoto	kg	6,57	38,11
Latte UHT intero	N	Tetrabrick	l	0,88	26,81
Latte UHT parz. scremato	N	Tetrabrick	l	0,87	61,13
Latte UHT scremato	N	Tetrabrick	l	0,89	59,29
Latte intero	N	Tetrabrick	l	1,43	57,28
Mozzarella	N	Sacchetto	kg	6,94	44,64
Parmigiano Reggiano	N	Sottovuoto	kg	11,45	27,22
Taleggio	N	Sottovuoto	kg	6,10	36,39
Ricotta vaccina	N	Vaschetta 1,5Kg	kg	4,81	36,39
Yogurt magro/intero	N	Vasetto (125 gx8)	kg	4,77	13,49
Yogurt frutta	N	Vasetto (125 gx8)	kg	4,97	10,64

UOVA E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Uova cat.A	N	Cartone	pz	0,15	34,50
Misto uovo pastorizzato	N	Tetrabrick	kg	3,27	52,71

CARNI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Scamone bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,41	33,77
Polpa bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,16	29,77
Polpa 4 tagli	N	Sottovuoto	kg	7,85	32,69
Girello bovino adulto	E	Sottovuoto	kg	9,30	30,94
Fesa bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,22	41,59
Noce bovino adulto	N	Sottovuoto	kg	9,40	33,75
Sottofesa bovino adulto	E	Sottovuoto	kg	8,41	34,98
Fesa di tacchina intera	E	Sottovuoto	kg	9,11	56,96
Coscia di tacchina	E	Sottovuoto	kg	5,05	31,72
Lonza suino	N	Sottovuoto	kg	7,58	39,02
Braciola suino	N	Sottovuoto	kg	7,07	39,66
Spalla suino dissossata	N	Sottovuoto	kg	7,06	50,00
Petto pollo intero	E	Sottovuoto	kg	7,69	36,18
Cosce di pollo	E	Sottovuoto	kg	5,04	37,70
Fusi di pollo	E	Sottovuoto	kg	5,96	23,17
Sovra cosce di pollo	E	Sottovuoto	kg	6,21	26,18

PASTA E PANE

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Spaghetti grano duro	N	Cartone	kg	1,16	41,46
Pastina per brodo	N	Cartone	Kg	1,74	58,19
Pasta all'uovo	N	Cartone	kg	1,68	35,26
Pennette grano duro	N	Cartone	kg	1,15	28,00
Fusilli grano duro	N	Cartone	kg	1,08	23,90
Farfalle grano duro	N	Cartone	kg	1,11	18,61
Tagliatelle di mais	N	Cartone	Kg	2,33	60,41
Pasta di Kamut	N	Cartone	kg	2,05	n.r.
Pane di farro	N	Sfuso	kg	3,28	19,82
Pane segale	N	Monoconf. sigill.	kg	4,07	16,20
Pane segale e lino	N	Monoconf. sigill.	kg	5,40	74,11
Pane di amaranto	N	Monoconf. sigill.	kg	11,82	n.r.
Pane comune	N	Sfuso	kg	1,80	24,29
Farina bianca "0"	N	Carta	kg	0,99	26,90
Farina polenta	N	Carta	kg	1,34	35,01
Farina mais bramato	N	Carta	kg	0,90	8,91
Gnocchi di patate	N	Monoconf. sigill.	kg	2,71	27,00

CONDIMENTI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Olio extra vergine di oliva	N	Vetro	l	5,13	32,32
Olio semi di girasole	N	Banda stagnata	l	2,82	96,18
Aceto di vino	N	Vetro	l	1,75	45,11
Aceto di mele	N	Vetro	l	1,98	26,88
Pesto alla genovese	N	Vetro	kg	14,60	73,29
Zucchero di canna	I	Cartone	kg	3,27	30,08

SALUMI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Prosciutto cotto	N	Sottovuoto	kg	11,29	27,43
Prosciutto crudo senza osso	N	Sottovuoto	kg	14,38	28,03
Salame tipo felino	N	Sottovuoto	kg	9,71	21,72

CONSERVE, CONFETTURE, SUCCHI DI FRUTTA, BEVANDE

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Pomodori pelati kg.5	N	Banda stagnata	Kg	0,95	62,66
Passata di pomodoro	N	Vetro	kg	0,97	49,61
Composta di albicocche	N	Vetro	kg	6,74	50,79
Composta di pesche	N	Vetro	kg	6,30	43,06
Composta di fragole	N	Vetro	kg	7,80	61,53
Marmellata di arance	N	Vetro	kg	6,57	44,87
Miele di acacia	N	Vetro	kg	7,26	68,44
Succo di albicocca	N	Tetrabrick	l	2,06	30,71
Succo di pera	N	Tetrabrick	l	1,90	18,94
Succo di pesca	N	Tetrabrick	l	1,90	19,05
Succo di pompelmo	E	Tetrabrick	l	2,20	31,81
The	E	Buste monodose	kg	41,00	374,67
Latte di riso	E	Tetrabrick	l	1,47	46,67
Latte di avena	E	Tetrabrick	l	1,45	55,36
Latte di soia	E	Tetrabrick	l	1,46	54,36

PRODOTTI DA FORNO

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Fagottino di albicocca	N	Monoc. imballate	kg	9,45	56,80
Fagottino uvetta e mela	N	Monoc. imballate	kg	10,04	84,98
Fagottino ai frutti di bosco	N	Monoc. imballate	kg	12,79	85,96
Frollini vaniglia	E	Monoc. imballate	kg	9,56	52,35
Frollini cioccolato	N	Monoc. imballate	Kg	10,56	68,29
Fette biscottate di farro	N	Carta	kg	3,16	34,15
Fette biscottate integrali	N	Carta	kg	3,66	64,79
Gallette di riso	N	Carta	kg	11,34	81,14

LEGUMI E CEREALI

PRODOTTI	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Ceci	E	In sacchi	kg	1,58	25,24
Farro decorticato	N	In sacchi	kg	2,67	22,36
Lenticchie	N	In sacchi	kg	1,74	63,38
Fagioli Borlotti secchi	N	In sacchi	kg	1,94	35,56
Piselli secchi spezzati	N	In sacchi	kg	1,37	23,25
Orzo perlato	N	In sacchi	kg	1,71	61,32
Riso parboiled	N	In sacchi	kg	1,76	59,55
Riso arborio	N	In sacchi	kg	1,60	36,76

SELLING
IS WHAT
YOU **DO.**

SWIMMER
IS WHAT
YOU **BE.**



Con BluBe lavori sulle passioni dei tuoi collaboratori.

Grazie al welfare aziendale di BluBe potrai incentivarli con una vasta gamma di prodotti e servizi che abbiamo creato per la tua azienda. Perché la produttività nasce dal benessere.

**BLU
BE.**

WORK, LIVE, BE MORE

Per scoprirli visita il sito www.blube.it o scrivici a clienti@blube.it

Gruppo CIR food

**www.
ristorando
.eu**



Seguici online!

La borsa delle Imprese

La Borsa delle Imprese della **Ristorazione Moderna**



I contratti del mese in Italia

Pag. 70

Una lenta progressione

Giugno 2018



Pasqua e i ponti del 25 aprile e del 1° maggio hanno rallentato la corsa della nostra rilevazione che infatti vede un incremento contenuto. Le scuole, con 60 contratti in totale, in aumento di 13, sono il comparto più dinamico. Segue la commerciale, con 5 nuove segnalazioni che portano a 41 il computo finale del segmento. Progressione di 3 accordi sia per la collettiva sociosanitaria che per la collettiva aziendale, dove spicca però, alla voce Forze armate e Corpi militarizzati, a dispetto del numero esiguo di new entry in questa tappa, un mega appalto da oltre 37 milioni di euro, aggiudicato dall'Arma dei Carabinieri in 4 diversi lotti alla milanese Fabbro.

(Nella terza rilevazione abbiamo censito 129 contratti e 70 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto: viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



CASE DI CURA, CLINICHE, OSPEDALI

BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIR FOOD	1 CONTRATTO
✓ PO Foligno (PG)	
EURORISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE

FABBRO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MARKAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MULTISERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIANETA FOOD	1 CONTRATTO
✓ P.O. Spoleto (PG)	
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO
✓ Casa di riposo di Noventa Padovana, Noventa Padovana (PD)	

CASE DI RIPOSO, CASE PROTETTE, SERVIZI ASSISTENZIALI

CIR FOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE	VEGEZIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
----------	------------------------	---------	------------------------

FORZE ARMATE E CORPI MILITARIZZATI

BRILL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SERIST	1 CONTRATTO
FABBRO	1 CONTRATTO	✓ Accademia GdF Bergamo	
✓ Comando Generale Arma dei Carabinieri, Roma (Lotti 1, 2, 3, 4)			

MENSE AZIENDALI

ELIOR RISTORAZIONE	2 CONTRATTI PRECEDENTI	CIR FOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CAMST	1 CONTRATTO	GIOSERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Museo Nazionale Romano, Roma		LAVAZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIMAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCUOLE PRIVATE ED UNIVERSITÀ

CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	1 CONTRATTO	FOOD SERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Ersu Palermo		GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	1 CONTRATTO
		✓ Adisu Pavia	

SCUOLE PUBBLICHE

ACCADEMIA NODIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE	LA PESCHIERA SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BETADUE COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE	LADISA	1 CONTRATTO
BIORISTORO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ San Pancrazio Salentino (BR)	
CAPITAL	2 CONTRATTI PRECEDENTI	LARIUS COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CAMST	8 CONTRATTI	MARKAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di Toirano (SV)		NOI SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di Collecchio (PR)		PASTORE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di Castiglione della Pescaia (GR)		PROCLEAN	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ 4 contratti precedenti		PUNTO RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA	1 CONTRATTO PRECEDENTE	RAG. PIETRO GUALTIERI E FIGLI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CE.RI.SA. SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE	RISTONET	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DUSSMANN	1 CONTRATTO PRECEDENTE	RISTOSERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ELIOR RISTORAZIONE	7 CONTRATTI	SCAMAR	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ SUAR per Comune di Bordighera (IM)		SERCAR	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ 6 contratti precedenti		SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EURORISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SERVITO	2 CONTRATTI
FELSINEA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ Comune di Laterza (TA)	
GEMEAZ-ELIOR	2 CONTRATTI PRECEDENTI	✓ 2 contratti precedenti	
GEMOS	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SIRIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GMI SERVIZI	1 CONTRATTO	SLEM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di La Loggia (TO)		SODEXO ITALIA	4 CONTRATTI
GLOBAL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ Comune di Monselice (PD)	
LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	1 CONTRATTO	✓ 4 contratti	
✓ Comune di Campi Salentina (LE)		VEGEZIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE

Ristorazione Commerciale

ESERCIZI URBANI E CENTRI COMMERCIALI

CALAVERA FRESH MEX	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CHEF EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIBIAMO GROUP	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CIGIERRE	6 CONTRATTI
✓ America Graffiti, Pesaro	
✓ Pizzikotto, Bergamo	
✓ 4 contratti precedenti	
EL PAN D'NA VOLTA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FONDAZIONE PRADA	1 CONTRATTO
✓ Ristorante Torre, Milano	
FOOD GROUP SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
JOLLIBEE FOOD CORPORATION	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KFC	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA PIADINERIA	2 CONTRATTI PRECEDENTI
MCDONALD'S	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODOROKI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OFFICINA EMILIANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OLD WILD WEST	1 CONTRATTO PRECEDENTE



PIZZIUM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ROADHOUSE	4 CONTRATTI PRECEDENTI
SEGAFREDO - PANICUNZATU	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VILLAPIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
WE LOVE PURO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
YOYOGURT	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SITI IN CONCESSIONE

CHEF EXPRESS	4 CONTRATTI PRECEDENTI
FC RETAIL	1 CONTRATTO
✓ Antica Focacceria San Francesca, aeroporto Da Vinci Roma-Fiumicino	
LAGARDÈRE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PUNTO GRILL	2 CONTRATTI
✓ Garuggio eat&shop, aeroporto Colombo, Genova	
✓ 1 contratto precedente	
SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE



Buoni Pasto

ENTI PUBBLICI

CIR FOOD (BLUE)	1 CONTRATTO
✓ Comune di Bolzano	
DAY - CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EDENRED	1 CONTRATTO PRECEDENTE

BUONI PASTO ELETTRONICI E CARD

TICKET RESTAURANT - EDENRED	1 CONTRATTO PRECEDENTE
-----------------------------	------------------------



Contratti monitorati al 30 aprile 2018

I SEGMENTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Case di Cura, Cliniche, Ospedali	10
Case di riposo, Case Protette, Servizi Assistenziali	2
Totale ristorazione collettiva sociosanitaria	12
Forze Armate e Corpi Militarizzati	3
Ristoranti aziendali ed interaziendali	9
Totale ristorazione collettiva aziendale	12
Scuole private e Università	3
Scuole pubbliche	57
Totale ristorazione scolastica	60
Esercizi Urbani e centri commerciali	31
Esercizi in Concessione	10
Totale ristorazione Commerciale	41
Imprese e società private	-
Enti Pubblici	3
Buoni pasto elettronici e card	1
Totale Buoni pasto	4
TOTALE CONTRATTI MONITORATI	129



a proposito di Appo



Ristorando è anche su Appstore
www.edifis.it



L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2018**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
 - Ristorazione on board
 - Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
 - Foodservice equipment
 - Appuntamenti fieristici

**non perdere l'occasione,
prenota la tua pubblicità!**



per info:

Edifis SpA - Tel. 02 3451230 int. 226
pubblicita@edifis.it

Società monitorate al 30 aprile 2018

1. ACCADEMIA NOVIDA		33. KFC	
2. BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL		34. LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	
3. BETADUE COOP. SOC.		35. LA PESCHERIA SOC. COOP.	
4. BIORISTORO		36. LA PIADINERIA	
5. BRILL SERVICE		37. LADISA	
6. CAMST	Ristoservice, Day, Dal 1945 Gustavo Italiano	38. LARIUS COOP. SOC	
7. CAPITAL		39. LAGARDÈRE	Farinella, Aijsen Ramen, Beercode, Briccocafe
8. CASCINA GLOBAL SERVICE		40. MARKAS	
9. CE.RI.SA. SRL		41. MCDONALD'S	
10. CHEF EXPRESS	Mokà, Prosecco bar Bottega, JuiceBar	42. MONDADORI	Mondadori Cafe
11. CIBIAMO	La bottega del caffè, Mondadori Cafe	43. MULTISERVICE	
12. CIGIERRE	Old Wild West, Pizzikotto, Shi's	44. NOI SOC. COOP.	
13. CIMAS		45. ODOROKI	
14. CIR FOOD	CIR, Blu Ticket, Rita, Rita Terreverdi, Pastarito, Eudania, Chiccotosto, Tracce, Aromatica, Viavai, Let's Toast, Antica Focacceria San Francesco, RED	46. OFFICINA EMILIANA	
15. CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI		47. PANCIOC	Panini Durini
16. COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA		48. PELLEGRINI	
17. DUSSMANN		49. PIANETA FOOD	
18. EDENRED	Ticket Restaurant, City Time, e-Lunch	50. PIZZIUIM	
19. EL PAN D'NA VOLTA		51. PROCLEAN	
20. ELIOR	Food Experience, Gemeaz Elior	52. PUNTO GRILL	Garuggio eat & shop
21. EURORISTORAZIONE		53. PUNTO RISTORAZIONE	
22. FABBRO		54. RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI	
23. FC RETAIL	Antica Focacceria San Francesco, RED	55. RISTONET	
24. FELSINEA RISTORAZIONE		56. ROADHOUSE	Roadhouse, Crazy fish, Calavera, Fresh Mex
25. FONDAZIONE PRADA	Ristorante Torre	57. SEBETO	Rossosapore
26. FOOD GROUP SERVICE	Panicunzatu	58. SCAMAR	
27. FOOD SERVICE SRL		59. SEGAFREDO	
28. GEMOS		60. SERCAR	
29. GESTIONE SERVIZI INTEGRATI		61. SERENISSIMA RISTORAZIONE	
30. GLOBAL SERVICE		62. SERIST	
31. GMI SERVIZI		63. SERVITO	
32. JOLLIBEE FOOD CORPORATION	Jollibee	64. SIRIO	
		65. SLEM	
		66. SODEXO	Sodexo Italia, Sodexo Motivation Solutions Italia
		67. VEGEZIO	
		68. VILLAPIZZA	
		69. WE LOVE PURO	
		70. YOYOGURT	

24-26 GIUGNO

AFRICA BIG SEVEN

Salone africano del food & beverage
Gallagher Convention Centre,
Johannesburg,
Sud Africa
Exhibition Management Services
director@exhibitionsafrica.com
www.exhibitionsafrica.com

28-30 GIUGNO

CEBU FOOD EXPO

Salone internazionale del food & beverage,
del foodservice e dell'ospitalità
Waterfront Cebu City Hotel & Casino,
Cebu, Filippine
Global-Link MP Events International
info@globalinkmp.com
www.globalinkmp.com

7-9 AGOSTO

**INTERNATIONAL
FOODTEC BRASIL**

Fiera internazionale dei fornitori
per l'industria alimentare
Expo Unimed Curitiba,
Curitiba, Brasile
Koelnmesse Gmbh
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.com

29-31 AGOSTO

SICFE

Salone internazionale del catering
e dei prodotti alimentari
SNIEC,
Shangai, Cina
Shangai Gehua Exhibition Service Co. Ltd.
info@gehuaexpo.com
www.gehuaexpo.com

30 GIUGNO - 2 LUGLIO

SUMMER FANCY FOOD SHOW

Salone estivo delle specialità alimentari
Jacob K. Javits Convention Center,
New York, Stati Uniti
National Association
for the Specialty Food Trade
info@nasft.org
www.specialtyfood.com

22-24 GIUGNO

GOOD FOOD & WINE SHOW

Salone australiano del food & beverage
PCEC,
Sydney, Australia
Diversified Exhibitions Australia
shows@divexhibitions.com.au
www.divexhibitions.com.au

16-20 AGOSTO

HKTDC FOOD EXPO

Salone alimentare
HKCEC,
Hong Kong, Cina
Hong Kong Trade Development Council
exhibitions@hktdc.org
www.hktdcfairs.com

15-18 LUGLIO

**IFT ANNUAL MEETING
& FOOD EXPO**

Conferenza annuale dell'Istituto
per le Tecnologie Alimentari
Las Vegas, Stati Uniti
Institute of Food Technologies
info@ift.org
www.ift.org

27-28 LUGLIO

**FOODSERVICE CONFERENCE
& EXPOSITION**

Salone e conferenza della ristorazione
commerciale
Monterey Conference Center,
Monterey, Stati Uniti
PMA Produce Marketing Association
solutionctr@pma.com
www.pma.com

21-23 AGOSTO

FI SOUTH AMERICA

Fiera degli ingredienti alimentari
Expo Center Norte,
San Paolo, Brasile
UBM Brazil Feiras e Eventos Ltda
recepcao@ubmbrazil.com.br
www.ubmbrazil.com.br



Birra Lucana bio: finalmente una birra anche per pasti vegani

Molti pensano che qualsiasi birra, per i suoi contenuti base (acqua, malto, luppolo e lievito), sia automaticamente in linea con la dieta vegana.

In realtà così non è, perchè sono tantissimi i prodotti animali che potrebbero trovare impiego nei processi produttivi della birra (miele, colla di pesce, gelatina, caseina, lattosio e tanti altri). Inoltre molta attenzione va fatta al packaging: infatti, per la loro realizzazione, non è permesso l'utilizzo di prodotti o additivi derivati animali, come ad esempio inchiostri, colle, oli e grassi animali. Proprio perchè **Birra Morena Lucana Bio** rispetta tutti questi requisiti, è la birra amante della natura, garanzia di un prodotto realizzato con una speciale attenzione all'ambiente, per chi ama uno stile di vita naturale!

Certificata da VEGANOK, il più diffuso marchio di qualità europeo, consigliato dall'Associazione Vegani Italiani Onlus, e vincitrice di un premio prestigioso all'International Beer Challenge 2017 di Londra, Birra Lucana Bio ha davvero tutte le carte in regola per essere la vera birra adatta anche a chi ama uno stile di vita vegano. Birra Lucana Bio è assolutamente naturale, con gradazione alcolica di 5,8%, fermentata in cantina e rifermentata in bottiglia, è prodotta con un processo di concimazione naturale. È una birra dal colore dorato, dal corpo morbido, amaro, gradevole con sentori amabili, fruttati e speziati.

Una birra davvero speciale che garantisce una vera genuinità e una grandissima qualità.

www.birramorena.com



Armando presenta la pasta 100% made in Italy

Sviluppata in 42 formati, tutta la gamma 100% made in Italy **Armando**, prodotta dall'irpina **De Matteis Agroalimentare SpA**, è ottenuta da trafile in bronzo, essiccata lentamente a temperature controllate. Alla classica linea di semola di grano duro 100% italiano, si aggiunge quella delle paste "funzionali", ovvero l'Integrale biologica con aggiunta di avena, al Farro integrale, Glutenfree e ai Legumi (lenticchie rosse e legumi misti). La pasta, confezionata in un packaging in materiale riciclabile è il frutto di un progetto industriale e di filiera chiamato "Patto Armando" (dal nome del presidente dell'azienda), che dal 2011 la De Matteis stringe direttamente ogni anno con numerose imprese agricole italiane che si impegnano a seminare le varietà di grano duro concordate con il pastificio e a coltivarle nel rispetto di un rigoroso disciplinare finalizzato al raggiungimento di un elevato contenuto proteico (almeno 14,5% contro il valore minimo del 12,5% stabilito dalla legge) e di un alto indice di glutine.

L'azienda (200 dipendenti, 106 milioni di euro di fatturato, 130mila tonnellate di pasta prodotta) si impegna ad acquistare il raccolto a un prezzo minimo garantito, negli ultimi 7 anni superiore alle quotazioni correnti di mercato.

Vetrina del brand è il nuovo ristorante di **Alessandro Borghese** aperto all'ombra delle torri dell'avveniristico quartiere milanese CityLife.

www.pastarmando.it

Julius Meinl 1862 premium

Julius Meinl, l'azienda di caffè con sede a Vienna, rivela la sua ultima innovazione, che fonde un'esperienza artigianale con la tecnologia più avanzata, permettendo ai baristi di raggiungere la perfezione in ogni tazzina di caffè, sempre. Il **1862 PREMIUM** è stato creato utilizzando la tecnologia e il design più innovativi. Sfruttando le più recenti tecnologie di preparazione del caffè, questo concetto che sarà lanciato in Italia a partire da ottobre, è stato realizzato in collaborazione con i più rivoluzionari esperti del settore del caffè.

Il concetto del **1862 PREMIUM** si compone di un innovativo pressino automatico sviluppato dall'azienda Puqpress, di una macchina del caffè super-premium Cimbali e di un macinino on-demand ad alta tecnologia con il riconoscimento del portafiltro, costruito appositamente per Julius Meinl da parte di Mahlkönig. Il cuore del concetto è l'Aroma Fez, diviso in tre scompartimenti a tenuta stagna, che permettono ai chicchi di caffè di rimanere freschi più a lungo. Utilizzando la miscela **1862 PREMIUM**, che è un segreto custodito dalla famiglia Meinl tramandato di generazione in generazione, il risultato che si ottiene è un caffè senza pari, dal corpo pieno, ricco di aromi e con note di cioccolato accompagnate da un retrogusto piacevole e duraturo.

www.meinlcoffee.com/it/



Julius Meinl

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293 300
Fax +39 0473 293 399
foodservice.it@drschaeer.com - www.drschaeer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l. - CENTRO DIREZIONALE ZIPA

Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021 - Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.L. - 19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net - www.costagroup.net



IFI S.p.A.

Strada Selva Grossa 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. +39 0721 20021 - Fax +39 0721 201773
www.ifi.it - info@ifi.it - export@ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450 - www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti internazionali

Tecnoarredamenti

Via Cimon de' Furlani, 1
33081 Aviano - Pordenone - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Piazza Belli, 2 - 20153 Roma
Tel. +39 06583921 - Fax +39 065818682
www.aigrim.it - segreteria@aigrim.it



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 - Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
garganti@inwind.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



DISTRIBUZIONE AUTOMATIZZATA
- BEVANDE PASTO
- BEVANDE COLAZIONE
- ALIMENTI SETTORE SANITARIO

General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto
54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com
www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTOR. COLLETTIVA



BioRistoro Italia S.r.l.

Via Benedetto Stay, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933
Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it
www.bioristoroitalia.it



Camst

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it



CIR food

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano (MI)
Tel. +39 02 480531 - Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, S/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, S/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio - 80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Ladisa S.p.A.

Via Guglielmo Lindemann, 5/3 - 5/4 - 70132 Bari - Zona Asi
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisaristorazione.it
www.ladisaristorazione.it



Markas S.r.l.

Via Macello, 73 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it - www.markas.it



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione s.p.A.

Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it



QUALITY OF LIFE SERVICES

Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo - Milano
Tel. 02 69684.1 - Fax 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori
Strada 5, Palazzo Z - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



ON-BOARD
AUTOSTRADALE

Burger King Italia S.r.l.

Piazza S. Anastasia, 7 - 00186 Roma
Tel. +39 06 96701270 - Fax +39 06 3223394
franchising@burgerking.it - www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711 - Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



Divisione Ristorazione Commerciale

CIR food

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 - Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com - drc@cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2 - 20153 - Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
www.it.areas.com - info.italia@areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 - Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414 - Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Largo Donegani, 2 - 20121 Milano
Tel. +39 02 3454191 - Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Ticket Gemeaz - MARCHIO DI PIÙ BUONO S.r.l.

Piazza della Repubblica, 32 - 20124 Milano
Tel. 02 6694579 - Fax 02 66719545
info@ticketgemeaz.it - www.ticketgemeaz.it



Ticket Restaurant, Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli - 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARNI DI PREGIO



Eat Meat srl

Via A. Moro, 6/a/b/c - 41051 Castelnuovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000 - Fax +39 059 5331291
www.eatmeat.it - info@eatmeat.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production srl

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521933
www.rationalproduction.com
info@rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
www.gruppodac.eu - info@gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808 - Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it



Rossi Giants S.r.l.

Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:

Via Lago d'Iseo, 22 - 36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina
Tel. +39 0444 573025 - Fax +39 0444 371552
info@rossicatering.it

CONSULENZE



CONSULENZE QUALITÀ SOSTENIBILITÀ RISTORAZIONE

Cautha Solutions sas di Cappellina Luisa & C

Via Tolmezzo, 12/2 - 20132 Milano
Tel. +39 02 92884938
Fax +39 02 92884937
info@cautha.net - www.cautha.net



Mastergroup s.r.l.

Viale G. Carducci, 27 - 31015 Conegliano TV
Tel. +39 043835157
Fax +39 0438420468
www.mgnet.it - info@mgnet.it



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it



SLM Business Consultancy

Via IV Novembre, 10 - 33013 Gemona del Friuli (UD)
Tel. +39 0432 1698160
Fax +39 0432 1698161
s.madile@slmbconsult.com
www.slmbconsult.com/it/



PROGETTAZIONE, STUDI DI FATTIBILITÀ, DIREZIONE LAVORI,
COLLAUDI, VERIFICHE TECNICHE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI.

Studio Montanari & Partners S.r.l.

Via Lusardi, 10 - 20122 Milano
Tel. +39 02 58317320
Fax +39 02 58313397
studio@smp.mi.it
www.smp.mi.it

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.p.A.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita - 20063 Cernusco sul Nav. (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it



A Marmon/Berkshire Hathaway Company

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Berto's S.p.A.

Viale Spagna, 12
35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700
Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com - www.bertos.com



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



Lotus S.p.A. Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it - LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Diversey Srl

Via Trento, 7
20017 Passirana di Rho (MI)
Tel. +39 02 25801
info.italy@sealedair.com
www.sealedair.com

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it



Bonduelle Italia S.r.l. - DIVISIONE FOOD SERVICE

Via Trento
24060 San Paolo d'Argon (BG)
Tel. +39 035 4252411
Fax +39 035 952880
foodservice@bonduelle.com
www.bonduelle-foodservice.it



Conor srl

Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215
80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081400816
Fax +39 081419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600
47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax 0547 377016
www.oroget.it
info@oroget.it



PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI, SURGELATI E
PRATI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1
48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



Lainox Ali S.p.A.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it
www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200
Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it
www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoil.com
www.adriaticaoil.com



Comenda Ali S.p.A.

Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it
www.meiko.it

LOGISTICA



Sotral S.r.l.

Corso Francia, 225 - 10139 Torino
Tel. +39 011 728822
Fax +39 011 729090
commerciale@sotral.it
info@sotral.it
www.sotral.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, - 4 scala A - 24042 - Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



SOLUZIONI INFORMATICHE
PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Guttadauro Computers & Software S.r.l.

Via F.lli Bandiera, 4 - 21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it



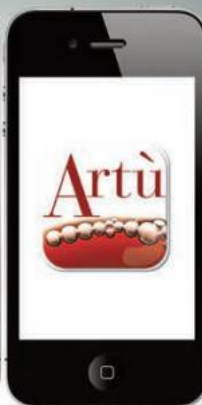
Mytec S.r.l.

SEDE OPERATIVA
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 0399466362
info@mytec.com - www.mytec.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

I cento Milano 2018

Carlo Lodovico Cappelletti,
Gaia Corazzari e Alessandro Pellegrini
EDT
€ 10,90



Una guida utile per chi vuole mangiare bene fuori casa a Milano.

La prima parte del volume è dedicata ai ristoranti top: posti di livello gastronomico internazionale da riservare per le grandi occasioni. Sono ordinati in una classifica, che nelle prime posizioni non ha subito variazioni rispetto allo scorso anno. A seguire, le 50 migliori trattorie (tavole calde, bistrot, cibi da strada) della città, dove il conto non supera solitamente i 35 euro.

Un prezzo medio per due piatti: primo e secondo più un antipasto o un dessert. Escluse le bevande, ovviamente. Con il bollino "novità 2018" sono segnalate le soste per la prima volta inserite, o tornate dopo alcune edizioni.

Crêpe is the new black

Di Alessandra Gennaro
Gribaudo
€ 14,90

Se il nero è nella moda il colore per affrontare ogni situazione con classe, le crêpe sono l'equivalente in cucina: sono facili da preparare, sanno adattarsi ai vari complementi, senza mai perdere la loro identità. Uova, latte e farina (oltre all'immancabile pizzico di sale): bastano 3 ingredienti e pochi attrezzi per passare dalla pastella alla padella. Le crêpe sono diventate uno dei tanti filoni gastronomici che legano tra loro paesi dalle tradizioni più disparate.

In questo volume, ecco allora tante proposte per fare un giro del mondo in... 80 ricette: dalle classiche crêpe suzette francesi ai patate waffle dell'Irlanda, dagli italianissimi cialdoni di Pellegrino Artusi ai finlandesi finnish pancake, dai dorayaki giapponesi ai pikelet dell'Australia...



Ristorando

È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

Ogni Giorno, dal 1987

B I O R I S T O R O

I T A L I A

UN
progetto
DI VITA

*BioRistoro Italia è una realtà affermata
tra le più accreditate aziende nel mondo
della ristorazione collettiva,
come dimostrano le tante certificazioni
UNI EN ISO che ne riconoscono
la Qualità del servizio.*

BIO
RISTORO
ITALIA

bioristoroitalia.it



Il cuore del nostro lavoro: la Ristorazione Italiana

Qualità del prodotto, rispetto per la grande cucina italiana, amore per il nostro lavoro: questi sono da oltre 30 anni i valori che il Gruppo Serenissima Ristorazione porta in tavola.

L'innovazione ci proietta verso il futuro, la qualità ci distingue da sempre, il nostro cuore è legato alla miglior tradizione italiana. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra, biologici, locali e genuini.

RISTORAZIONE COLLETTIVA

Sociosanitaria | Scolastica | Commerciale e aziendale | Istituti religiosi e terza età | Banqueting | Vending

Viale della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza (Italia) - Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348382 - info@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it